Nº 8

Expansión necesaria del comercio exterior

Colección "Nuevo Horizonte"

EXPANSION NECESARIA DEL COMERCIO EXTERIOR

EDICIONES DEL MOVIMIENTO
Colección "Nuevo Horizonte"
Gaztambide, 59 - MADRID

Depósito Legal: M.-688-1962

GRAFICAS ZAGOR - Sorgo, 53 - Teléf. 234 32 87 - Madrid-20

PREAMBULO

La política económica española es hoy de altos vuelos y votada a un futuro mejor. Naturalmente, una política de este tipo no sólo posee plena conciencia de los problemas, sino que busca, con visión de permanencia, la solución adecuada de los mismos.

El sector exterior reducido a una pequeñez que no correspondía ni con las características de nuestra producción ni tampoco con las posibilidades reales de intercambio, constituyó uno de los más graves estrangulamientos que tuvo que soportar la economía española a lo largo de los cinco lustros de pujante expansión.

Era natural que sobre él recayeran, cuando la ocasión se presentó propicia, los esfuerzos en pro de una modificación beneficiosa que le convirtiera, en lugar de un obstáculo, en uno de los pilares en los que apoyar el futuro desarrollo.

Las medidas estabilizadoras, con la fijación de los precios interiores, constituyeron el pórtico por el que se penetró en la modificación que perentoriamente necesitaba nuestro comercio exterior. Y esa modificación está ya en marcha.

Este trabajo, modesta aportación del Gabinete de Estudios del Departamento de Publicaciones de la Delegación Nacional de Prensa, Propaganda y Radio

del Movimiento a una tarea eminentemente nacional y de magníficas posibilidades, trata de diseñar las líneas fundamentales de una transformación a todas luces necesaria y en la que habrá que apoyarse para mantener y perfeccionar la vía de expansión económica seguida fielmente por nuestro Régimen y que no tiene más meta que la elevación del nivel de vida del pueblo español.

Años de anquilosamiento, de desgana, de partidismos estrechos y de ausencia de una verdadera política nacional, situaron a nuestro comercio exterior en una situación precaria que ahora, una vez vencidas las dificultades preliminares que a ello se oponían, es necesario superar. Para ello se exige una modificación tanto estructural como funcional de nuestros dispositivos comerciales y ya hemos de ver que esta aspiración se enlaza fuertemente con la propia dinámica del desarrollo económico.

Para mantener y aun acentuar, según es deseo de nuestro Caudillo, la línea expansiva seguida por la economía nacinal, se hace preciso ir a una perfección de los intercambios con el exterior, según las normas de división del trabajo a escala internacional que hoy prevalecen en el mundo.

Para su propio beneficio y como aportación a la armonía mundial, España quiere y puede perfeccionar las características de su intercambio, y de la posibilidad de hacerlo nos ocupamos en los trabajos que se insertan en este volumen.

I.—EL COMERCIO EXTERIOR DE ESPAÑA EN LA ACTUAL SITUACION ECONOMICA

Mil veces se ha dicho que la situación económica de España fué durante muchos años y hasta el de 1940, de «autosuficiencia en la pobreza». Por su misma definición, esta situación implicaba unas reducidísimas transacciones internacionales. Como más adelante hemos de examinar con cifras, los volúmenes de comercio exterior, medidos en pesetas constantes, permanecieron prácticamente invariables durante casi cincuenta años. Mientras tanto y aunque de forma lenta, la renta nacional se mantuvo en línea de crecimiento. De este modo, el comercio exterior supuso un porcentaje cada vez menor de dicha renta; esto es, la relación comercial fué disminuyendo su significación en el conjunto de nuestra economía al correr de los años.

Mucho antes de que comenzaran a extenderse por el mundo las tendencias autárquicas que siguieron a la «gran depresión» de 1929, España era un «glacis» casi impermeable hacia el exterior. Esta impermeabilidad, que fué gravísimo obstáculo para su desarrollo, no impidió, sin embargo, que la conmoción internacional penetrara en nuestro país. Aunque con retraso, llegó y fué violenta. Su expresión quedó reflejada en el cambio de Régimen de 1931, con el que se abrió la

puerta a la anarquía. Sólo el Movimiento Nacional pudo cerrar esta brecha.

Como muy bien nos señala el acontecer histórico, el aislamiento económico fué una de las causas que impidieron el desarrollo pero, en cambio, no tuvo ninguna fuerza para evitar la crisis; una crisis que fué a la vez económica, social y política.

El Régimen de Franco conoció con claridad desde su instauración la necesidad de acrecentar la relación comercial con el exterior. Sin embargo, durante un lapso de años, se vió obligado a la autarquía por circunstancias que todos conocemos y que no es necesario exponer aquí. Pero la orientación autárquica fué sólo «un medio audaz de resistencia» que al fin triunfó; una reacción natural frente a sectarias incomprensiones, pero no una orientación permanente.

Por ello, en cuanto fué posible, España salió de su aislamiento y se aprestó a incrementar su comercio exterior, aunque sin caer en la ingenuidad de abandonar la siempre necesaria protección a nuestras estructuras económicas que, al mismo tiempo que protegidas, se han visto impelidas a una también necesaria y beneficiosa modificación.

Las medidas estabilizadoras puestas en práctica en 1959 tuvieron como una de sus metas más esenciales y más prontamente logradas, la ampliación de nuestro comercio exterior y el aminoramiento o eliminación del déficit comercial.

A corto plazo, el impacto producido por las citadas medidas fué definitivo. Ya en 1959, el déficit comercial quedó disminuído en relación con los de los años anteriores y en 1960, tal déficit se trocó en un ligero superavit.

La evolución del comercio exterior a través de los últimos años es como se indica en el siguiente cuadro. Las cifras expresan millones de dólares:

AÑOS	Importaciones C. I. F.	Exportaciones F. O. B.	Saldo
1955	617,31	446,25	— 171,06
1956	766,61	441,39	— 325,22
1957	862,20	475,80	— 386,40
1958	872,43	485,79	— 386,74
1959	794,54	500,65	— 293,89
1960	721,45	725,39	+ 3,94

Como puede advertirse, de 1955 a 1958, las importaciones crecieron rápidamente, mientras las exportaciones sólo lo hacían de forma pausada. Esto dió lugar a que, en la última de las anualidades citadas, el déficit de la balanza comercial superara los 386 millones de dólares, es decir, los 23.000 millones de pesetas. Ya en 1959, el déficit quedó aminorado y en 1960 se alcanzó un ligero beneficio en la balanza comercial.

Como más adelante hemos de ver con mayor detalle, las medidas de política económica no tenían otro alcance, ni podían tenerlo, que el servir de pórtico a una modificación de nuestras estructuras comerciales. Esta modificación es la que ahora se hace necesario lograr merced a una labor extensa y profunda de la que la acción oficial no puede ser más que el cauce por donde discurra la actividad de los sectores productivos y comerciales de la nación.

Porque conviene dejar sentado de que, aparte de que ya en 1961 el déficit de nuestro comercio exterior ha hecho su aparición tal como estaba previsto, la variación de fondo del comercio exterior es un problema planteado, pero no resuelto. Es interesante dar a conocer que ni siquiera en 1960, ese año que aparece como eje de la modificación, variaron substancialmente las notas permanentes de nuestra transacción internacional. Brevemente, esas notas pueden enunciarse así: En la exportación, excesiva concentración de las

ventas en unos pocos artículos, la mayoría de ellos de origen agrícola y referidos a la alimentación. En la importación, dominio de las manufacturas y de un fuerte renglón del sector energético expresado por el petróleo.

He aquí el valor de los diez primeros artículos de exportación durante los años 1959 y 1960.

	Millones de pesetas	
	1960	1959
Naranjas	6.222	4.042
Aceite de oliva	4.184	1.342
Fundición de hierro y acero	3.404	656
Almendra	1.678	1.164
Vinos	1.574	1.640
Tejidos de algodón	1.498	622
Aceitunas	1.412	1.065
Tomates	1.285	1.161
Mineral de hierro	1.181	918
Corcho	916	935
Totales	23.359	13.545
Valor total de las exportaciones españolas en los citados años	43.500	23.850
Tanto por ciento que representan los diez artículos reseñados respecto al comercio total.	53,2 %	45,3 %

A efectos de clasificación por artículos, el año 1959 puede considerarse como normal. Tomándole como módulo, vemos que, en la anualidad siguiente, la concentración no sólo no ha disminuído, sino que se ha reforzado, suponiendo la venta de estos diez productos más de la mitad de la total exportación. Por otra parte vemos también que a pesar del enorme avance conseguido por los productos siderúrgicos (en realidad semi-manufacturados), el gran volumen comercial sigue estando representado por los alimentos de origen agrícola.

En relación con este problema conviene hacer algunas consideraciones, ya que por lo común, el dominio de los productos agrícolas en nuestra transacción in-

ternacional no suele ser bien enfocado. La modificación de las estructuras del comercio exterior no puede significar una «sustitución» de productos agrícolas por artículos industriales. No se trata de sustituir nada, sino de ampliar la gama de los productos exportables incluyendo en la misma el mayor número posible de manufacturas y productos artesanos.

Aún cabe decir más: Supuesta una ineludible transformación agrícola basada principalmente en la sustancial ampliación de nuestras zonas de riego, el volumen de las exportaciones agrárias ha de incrementarse. Ahora bien: está fuera de toda duda que dicho crecimiento ha de ir acompañado de otro, potencialmente mayor, de artículos industriales, de modo que éstos lleguen a alcanzar un porcentaje superior al que en la actualidad poseen dentro del conjunto de las transacciones con el exterior.

Por lo demás, también conviene hacer un examen, aunque sea ligero, de nuestras importaciones actuales. He aquí el valor de los productos de mayor compra en los dos últimos años:

	Millones de pesetas	
	1960	1959
Petróleo bruto	7.480	8.992
Maquinaria y material eléctrico	7.221	6.601
Manufacturas de hierro y acero	2.408	2.425
Material de transporte	2.231	1.786
Aceites de soja y algodón	2.312	3.091
Algodón	1.617	3.246
Abonos nitrogenados	1.519	3.519
Caucho	1.418	991
Productos petrolíferos	1.085	894
Tabaco en rama	1.065	1.152
Totales	28.356	32.697
Valor total de las importaciones españolas en los citados años	43.287	47.690
Tanto por ciento que representan los diez artículos reseñados en el comercio total	65,6 %	69,5 %

Hemos de tener en cuenta que las importaciones del año 1960 se vieron más distorsionadas que las exportaciones por las circunstancias de coyuntura. De todos modos, las cifras de los principales productos de importación son, a nuestro juicio, bastante representativas. Las manufacturas referidas a bienes de equipo seguirán rigurando con altas cifras en nuestra adquisición futura y lo mismo cabe decir con el petróleo. Sin embargo, otras partidas tales como el algodón, los abonos nitrogenados y el tabaco, parece que han de tender a disminuir por la producción propia.

Anotemos que aunque a primera vista pudiera parecer que la importación se encuentra todavía más concentrada que la exportación, ello no es así. Veamos que, en efecto, en la importación las rúbricas transcritas no se refieren todas ellas a artículos determinados, sino que algunas de las mismas, como la de «maquinaria y material eléctrico» engloban una gama muy amplia de productos, unidos po el denominador común de su utilización.

Creemos que con los datos expuestos, queda trazada una panorámica de la estructura actual de nuestro comercio exterior, quedándonos por señalar las notas permanentes del mismo en una perspectiva hitórica más amplia que la que hasta aquí hemos reflejado.

2.—ANALISIS HISTORICO DE NUESTRA RELACION COMERCIAL

En los últimos tiempos ha sido frecuente, al hablar del comercio exterior de nuestra patria, referirse a las épocas pasadas como si se trataran de un «paraíso perdido». Sin embargo, cuando se analizan fielmente los hechos y las cifras de la transacción internacional de España, pronto se advierte que dicho comercio no sólo no fué nunca fuerte, hecho que se explica por el mantenimiento secular de una política proteccionista, sino que su balanza fué adversa y su estructura tan deficiente como deficiente era la economía en que se asentaba.

Tradicionalmente, nuestro comercio exterior se ha caracterizado por las siguientes notas: En la exportación encontramos el predominio de productos agrícolas y substancias minerales, en conjunto poco valorizados. En la importación se aprecia un dominio absoluto de materias primas y artículos manufacturados, si bien estos últimos han mantenido una trayectoria favorable en el tiempo, pasándose de los bienes de consumo a los de capital. El cuadro de la adquisición se completa con una fuerte rúbrica perteneciente al sector energético (el petróleo) que ha ido creciendo a medida que la economía se ha expansionado.

En muchas ocasiones se ha afirmado que el hecho de que la gran mayoría de nuestros artículos exportables fueran en cierto modo de lujo o por lo menos no absolutamente necesarios, hacía difícil su colocación en el exterior. Mas tal aseveración carece de fundamento. En realidad, la dificultad de venta en el exterior afecta tanto a los artículos de lujo como a los de primera necesidad cuando unos y otros se refieren a la alimentación y ello obedece a que el consumo de los mismos es muy rígido y sólo crece a medida que aumentan las poblaciones.

La circunstancia realmente adversa que siempre ha tenido nuestro comercio exterior ha sido la de nutrirse, en cuanto a exportaciones, de productos primarios, teniendo en cambio, que adquirir artículos industriales.

Claro es que tal circunstancia era una lógica derivación de las condiciones económicas generales del país. Vendíamos lo que producíamos en excedente y adquiríamos todo lo que la exportación hacía posible; orientando las compras hacia productos no obtenidos en nuestro hacer económico. Esto nos muestra que la evolución que ahora se desea de nuestro comercio exterior tiene que basarse en una modificación del sistema productivo.

Pero dejando aparte este problema, veamos ahora cual ha sido la evolución del comercio exterior de España a lo largo del último medio siglo, medido en pesetas de valor constante:

AÑOS	Millones de pesetas-oro Importación	Exportación	Saldo
1910	1.104	1.075	— 29
1915	1.269	1.453	+ 186
1920	2.140	1.852	— 288
1925	1.671	1.172	— 499
1930	1.620	1.382	— 237
1935	879	588	— 291
1940	620	394	— 226
1950	1.191	1.241	+ 50
1955	1.889	1.338	— 513
1956	2.298	1.324	— 974
1957	2.617	1.456	—1.262
1958	2.617	1.456	—1.161
1959	2.383	1.932	— 852
1960	2.164	2.176	+ 12

Es interesante comprobar la gran rigidez de las exportaciones, basada, como ya anteriormente hemos indicado, en la corta gama de los artículos exportables. Lo que si creció de manera fuerte a partir de la última guerra mundial, fué la importación que, al no tener contrapartida adecuada en las ventas al exterior, produjo el estrangulamiento y la falta de divisas que precedieron al Plan de Estabilización.

En cuanto a los saldos, conviene decir que de los sesenta años transcurridos del presente siglo, sólo nueve presentan superavit y ello por circunstancias extraordinarias de la situación internacional. El año de más fuerte superavit fué el de 1918 (final de la primera guerra mundial) en el que nuestra balanza de comercio arrojó un saldo positivo de 385 millones de pesetas-oro.

La rigidez de nuestro comercio exterior expresada en el cuadro anterior y que como se vé fué más acentuada aún en las exportaciones que en las importaciones, se vió acompañada por un movimiento, acelerado en los últimos años, de expansión económica. De ahí que las exportaciones supusieran cada vez un porcentaje menor de la renta nacional y que en su conse-

cuencia, la economía española acentuará sus características de aislamiento y autosuficiencia.

En 1955, la exportación española significó el 4,9 por 100 de la renta nacional. He aquí lo que en dicho año representó para distintos países europeos su venta en el exterior, medida en porcentaje de renta:

	Tanto por ciento que representó la exportación respecto a la renta
Holanda	35,1
Bélgica-Luxemburgo	26,7
Irlanda	26,4
Suiza	23,9
Dinamarca	22,0
Austria	20,8
Suecia	19,6
Noruega	17,0
Gran Bretaña	16,0
Alemania Occidental	15,7
Portugal	13,7
Francia	8,9
Italia	8,3
Grecia	7,7
Turquía	6,6
España	4,9
España (1960)	9,3

Se advierte en el cuadro anterior que tanto los países fuertemente industriales como los de nivel económico similar y aún inferior al de España, mantuvieron una exportación de mayor significación que la nuestra, dentro de los respectivos órdenes económicos nacionales. En 1960 y debido a las circunstancias derivadas de la estabilización, nuestros porcentajes exportadores respecto a la renta, quedaron superiores al de Italia e incluso al de Francia, países que por las condiciones naturales de la economía (con independencia del grado de desarrollo) parecen ser los módulos más adecuados de comparación.

Conviene también, aunque ya hayamos aludido a sus características principales, señalar con cifras la composición tanto de la exportación como de la impor-

tación, ya que sólo así podremos conocer plenamente los puntos débiles de la misma y la manera de atacarlos.

Por lo que se refiere a las exportaciones, los datos estadísticos que transcribimos dan una idea muy exacta de su estructura y evolución:

Distribución del comercio de exportación en grandes grupos

Años	1928	1935	1951	1955	1959	1960
I. Bienes de consumo:						
a) Alimentos, bebidas y tabaco	59,6	61,5	47,8	54,8	57,2	57,3
b) Textiles	3,8	4,1	10,2	2,6	4,2	6,4
c) Otras manufacturas	9,7	6,0	2,7	5,3	4,0	2,9
II. Artículos primarios:						
a) Materias primas	11,5	13,1	12,1	16,9	9,2	9,8
b) Productos químicos	3,4	6,8	4,2	5,5	6,4	4,8
c) Combustibles	0,2	0,1	12,8	5,7	7,6	5,9
III. Bienes de producción:						
a) Metales y sus manufacturas	10,7	5,5	8,1	5,4	5,8	11,4
b) Maquinaria, elementos de transporte y otros bienes de producción	0,3	0,7	2,0	2,5	2,2	0,8

Las cifras anteriores, expresadas en porcentajes de productos, señalan que el comercio de exportación español mantuvo a través del último tercio de siglo una gran rigidez de composición. España fué y continua siendo una gran exportadora de alimentos y bebidas. Esta rúbrica de la exportación ha sido denominada con absoluta verdad «la eternamente fiel» de nuestra balanza comercial. En manufacturas de consumo, ha sido la industria textil y singularmente el sector algodonero, el que siempre se ha manifestado como provisto de buena capacidad exportadora, si bien, hasta hace pocos años, se vió sometido a la ser-

vidumbre de importar casi la totalidad de la materia prima que manufacturaba. En las restantes manufacturas de consumo, el correr de los años no significó sino hacernos perder terreno, principalmente por la aminoración de las manufacturas del corcho.

Aunque a gran distancia de los alimentos, los artículos primarios han constituído siempre el segundo gran renglón de nuestras ventas en el exterior, destacando dentro del grupo el mineral de hierro, las piritas y las sales potásicas. En combustibles, la exportación se refiere a los derivados del petróleo. Nuestras refinerías, en efecto, adquieren mayor cifra de crudos de la necesaria para el consumo nacional y venden en el exterior parte de sus fabricacions.

Por lo que se refiere a los bienes de producción, la partida que presenta real importancia es la de los metales y sus manufacturas, si bien puede advertirse un crecimiento en el sector de maquinaria, con significación cada día más acusada en máquinas-herramientas y máquinas de coser.

Si examinamos ahora nuestro comercio de importación, hallamos en él los siguientes porcentajes:

Distribución del comercio de importación en grandes grupos

Años	1928	1935	1951	1955	1959	1960
I. Bienes de consumo:						
a) Alimentos, bebidas y tabaco	27,2	16,9	15,0	9,6	9,8	9,0
b) Textiles	3,2	3,0	0,2	0,5	0,3	0,3
c) Otras manufacturas	5,6	5,4	3,1	3,6	1,0	1,9
II. Artículos primarios:						
a) Materias primas	22,6	25,4	18,2	20,3	17,9	12,0
b) Productos químicos	10,2	15,9	12,5	11,9	20,2	20,7
c) Combustibles	8,0	8,3	29,2	17,4	22,2	20,5
III. Maquinaria, elementos de transporte y otros bienes de producción	21,1	25,0	21,6	36,6	28,5	35,9

En el comercio de importación, la nota más favorable reside en la paulatina disminución del porcentaje referido a las adquisiciones de alimentos y tabaco. En cambio, se advierte que sobre nuestra balanza comercial pesa cada vez con mayor dureza la necesidad de adquirir combustibles, cuya partida reprenta la quinta parte de nuestra total adquisición, si bien ello da lugar, como ya hemos visto anteriormente, a una ulterior exportación. De todos modos, el peso que en nuestro comercio posee la adquisición de petróleo ha hecho que, en estos últimos años, se intensifique la búsqueda de este combustible en el propio suelo, tratando de encontrar la satisfacción de parte de nuestras necesidades.

En conclusión, los datos expuestos confirman la idea de que, pese a las efectivas transformaciones operadas en los últimos años, el comercio exterior mantiene la línea de unas exportaciones agrícolas (aunque de signo privilegiado) y unas adquisiciones de artículos industriales que nos sitúan en la esfera de país poco desarrollado.

3.—EL ACTUAL DISPOSITIVO COMERCIAL

Desde el fin de la última guerra mundial, la trayectoria seguida por todos los países en lo que a comercio exterior se refiere, consistió en ir a la eliminación de la restricciones tanto cualitativas como cuantitativas que obstaculizaban las transacciones internacionales. Esta evolución, paralela a los movimientos integradores, pero que no debe confundirse con ellos, vino a significar el reingreso a escala mundial de un sistema de intercambios internacionales en el que, eliminados los contingentes, los cambios diferenciales, las discriminaciones y cuantos obstáculos habían ido acumulando los países en sus relaciones de comercio exterior como medios de autodefensa, los aranceles de aduanas recuperarán su posición esencial de instrumentos básicos de las transaciones internacionales.

Atendiendo a las circunstancias internacionales en que se desenvuelve nuestra economía, la política comercial española penetró en la nueva modalidad del comercio exterior y en los primeros meses del año 1960, consumadas ya las primeras etapas de la estabilización, fué promulgado el nuevo Arancel de Aduanas, instrumento de extraordinaria importancia, dado que el mismo ha venido a convertirse en el único cauce de nuestra transacción internacional, liberada de

limitaciones cuantitativas y de intervenciones en el tipo de cambio de las divisas.

En los últimos años anteriores al Plan de Estabilización, el comercio exterior venía constituyendo uno de los estrangulamientos más importantes de nuestra economía. Las importaciones, debido a las diferencias que existían entre los precios interiores y los exteriores (afectados aquellos por la continuada inflación) no podían determinarse por los principios normales del mercado y por otra parte, tampoco las importaciones se ajustaban a las premisas de los mismos, teniendo necesidad de actuar en un régimen de cambios diferenciales.

Las restricciones al comercio internacional constituían, tanto para España como para cuantos países las mantenían y que eran prácticamente todos los del mundo, un serio obstáculo para el desarorllo económico. Eran un mal (un mal necesario y que evitaba otros mayores), que era necesario eliminar merced a la creación de nuevas situaciones en las que, suprimidas las restricciones, los derechos arancelarios, perfectamente claros, vinieran a ser la única norma de actuación tanto para consumidores como para empresarios.

En nuestro caso, para suprimir las trabas impuestas a las transacciones con el exterior y convertir el Arancel de Aduanas en directriz del comercio internacional, se exigía como necesidad ineludible la estabilización de los precios interiores. La etapa estabilizadora fué, por consiguiente, la que hizo posible llegar a una situación en que surgiera la función rectora del Arancel de Aduanas, según el principio ya proclamado por el Caudillo en 1956 ante el Consejo Nacional de F. E. T. y de las J. O. N. S. Ya en aquella fecha, perfecta visión del porvenir y seguro de los resultados de las medidas de política económica que por entonces se adoptaban, el Jefe del Estado dijo al referirse al intercambio internacional: «Perseguimos con ahín-

co llegar, en el espacio de tiempo más corto posible, a una situación de nuestra economía que nos permita una libertad comercial y en la que puedan volver a ser las aduanas las que regulen automáticamente nuestro comercio con el resto del mundo».

Esta situación, prevista y deseada por el Caudillo casi un lustro antes de que se produjera, llegó tras un denodado esfuerzo de nuestra economía, la cual contó —preciso es reconocerlo y proclamarlo— con los necesaios apoyos en el exterior. El que estas ayudas exteriores no hayan sido apenas utilizadas por no ser necesarias, no quita valor a la aportación, sobre todo por lo que respecta al respaldo moral que significaron.

El retorno a la libertad comercial en la que tan solo el Arancel de Aduanas es el encargado de ejercer una función reguladora, se hizo posible merced a los resultados ya conseguidos de un Plan de Estabilización perfectamente meditado.

El nuevo dispositivo comercial creado por el Arancel de Aduanas debe considerarse, a la vez, como una resultante deseada de la estabilización y como un punto de partida para la consecución de nuevas situaciones, ya en muy buena parte surgidas, en las que, conjugando nuestro quehacer económico con el de los restantes países, es posible actuar según características de fecunda división del trabajo a escala internacional que, al mismo tiempo que satisfaga las necesidades del consumo, salvaguarde los intereses del quehacer económico nacional, le impulse hacia metas de progreso, ya que, en definitiva y como ha sido perfectamente reconocido por todos, el instrumento aduanero no puede servir tan solo para asegurar situaciones de presente, sino también para garantizar una evolución favorable a la actividad económica del país.

El nuevo Arancel de Aduanas, promulgado como ya hemos dicho en los primeros meses del año 1960, vino a cumplir dos misiones fundamentales: A corto

plazo, tenía que prestar apoyo a la reactivación. A largo plazo, tenía que servir para los fines del desarrollo económico.

El escaso tiempo transcurrido de vigencia del Arancel y que puede considerarse como época aún de transición, ha venido a demostrar su idoneidad para ambos fines. En 1960, en efecto, la gran corriente exportadora que hizo posible la nueva modalidad arancelaria, salvó del marasmo inherente a la estabilización a una parte importantísima de nuestra actividad comercial. Por otro lado, el Arancel ha acusado ya su valor en cuanto a las importaciones de materias primas y bienes de equipo necesarios para nuestro desenvolvimiento.

Desde el punto de vista de la técnica aduanera, el nuevo Arancel ha introducido en nuestro sistema de comercio exterior dos innovaciones de destacada importancia: una es la adopción de la Nomenclatura Internacional de Bruselas. Otra el establecimiento de una sola tarifa con la fijación,por lo general, de derechos «ad valorem».

La adopción de la citada Nomenclatura, que por otro lado ha hecho que nuestras estadísticas aduaneras sean formuladas según normas internacionales que permiten la comparación, no debe considerarse como una simple modificación formularia ya que, merced a la misma, el Arancel adquiere las condiciones precisas para colocarnos en el marco de los acuerdos internacionales de manera inequívoca y pudiéramos decir que automática, pues las convenciones aduaneras no pueden implicar dificultades por diversidad de apreciación en cuanto a la clasificación de los artículos objeto del intercambio.

El establecimiento de una sola tarifa elimina, por su parte, los errores derivados de la aplicación de derechos suplementarios no generales, sin que por ello se dificulte la aplicación de tales derechos al comercio de España con aquellos países que no poseen

con el nuestro Convenios Comerciales. En cuanto a la percepción de los derechos por el sistema «ad valorem», el indudable eclecticismo de la nueva Ley Arancelaria ha eliminado los inconvenientes de la excesiva rigidez de la percepción cuando ésta no se acomoda a las características de la coyuntura.

Pero existe una nota importantísima que conviene que destaquemos en nuestro estudio: Los derechos arancelarios del nuevo sistema español han sido determinados teniendo en cuenta la realidad productiva de nuestro país, pero, al mismo tiempo, contando con la necesidad y posibilidad del desarrollo económico, de modo que el Arancel «no petrifique nuestra estructura económica manteniéndola en aislamiento del resto del mundo, sino que debe ser un elemento dinámico que incorpore acción y decisión constante al proceso productivo de la nación, para encaminarlo en cada momento a su rumbo más conveniente».

La frase entrecomillada pertenece al discurso que el Ministro de Comercio, señor Ullastres, pronunció ante las Cortes Españolas al presentar la nueva Ley Arancelaria. De ella se colige fácilmente que el nuevo Arancel pondera la situación de nuestra actividad productiva, con la necesidad de progreso y desarrollo, estableciendo, es cierto, una protección al quehacer productivo nacional, pero evitando que ésta sea de tal magnitud que anquilose dicha actividad y la distancie del progreso conseguido en el exterior.

La protección media que supone la tarifa arancelaria ahora vigente en España es del orden del 24-25 por 100 del valor de la mercancía, pero con tendencia al descenso. Con este porcentaje se ha podido alcanzar el equilibrio entre la defensa que todo país otorga a sus actividades productivas, con la no menos necesaria que debe concederse al consumo e incluso a la propia producción interior en cuanto la misma ha de orientarse hacia una cooperación internacional cada vez más amplia, la cual, por definición, exige la eli-

minación, aunque sea paulatina y ponderada, de las restricciones y trabas aduaneras.

La protección arancelaria española es en la actualidad un poco superior a la de aquellos países de Europa y América de mayor desarrollo económico, en los cuales oscila del 18 al 20 por 100 del valor de las mercancías. Pero conviene señalar que el promedio citado oscila dentro de amplísimos límites que van desde un 5 por 100 en los minerales, hasta un 30 por 100 en distintos artículos industriales.

De todos modos, lo verdaderamente significativo, puesto que revela el alcance de la protección, es la media general del gravamen arancelario, la cual queda, como ya hemos señalado, en un 24-25 por 100. Con ella, lo sectores de nuestra producción, aunque cn las dificultades inherentes al cambio de situación, han podido irse desenvolviendo por cauces de liberalizaciones cada vez más amplios, vigorizando las estructuras para conformarlas a la ineludible competencia internacional.

El hecho más significativo que para la economía española ha venido a significar el nuevo Arancel de Aduanas ha consistido en revelar que la mayoría de las actividades productivas de nuestro país no se encontraban en los desfavorables términos comparativos que muchos proclamaban y que de haber sido ciertos hubieran supuesto tanto como la imposibilidad de implicar la economía española en el comercio mundial.

4.—CARACTERISTICAS ESTRUCTURALES Y FUNCIONALES

La importancia que hoy se concede a las exportaciones y el interés que han despertado incluso en sectores productivos que jamás pensaron en el envío de sus productos al exterior, no es sino el desempolvamiento de un viejo problema que desde hace muchos años viene aquejando a la economía española, pero al que nunca, hasta hoy, se ha atacado de frente, empleando para ello las armas eficaces del desarrollo y de la perfecta organización.

La economía española, cerrada en sí misma, no buscó soluciones adecuadas para ampliar sus mercados en el exterior. Al abrigo de la muralla aduanera, las actividades productivas se mantuvieron, en la inmensa mayoría de los casos y salvo honrosísimas excepciones que no hicieron más que confirmar la regla, en el «dolce far niente» de un mercado interior enrarecido, en el que la demanda iba siguiendo perezosamente los pasos de la oferta. El verdadero terror de los sectores productivos fué siempre el que la producción fuera superior al consumo, entre otras razones de menor entidad, porque nadie o muy pocos eran capaces de enfrentarse con la competencia abierta de los mercados internacionales. Nuestros precios y nues-

tras calidades se encontraban, en definitiva, incapaces de luchar en el exterior.

Es este, como decimos, un problema viejo que ahora se ha planteado con agudeza y que no debe quedar de nuevo sin resolver, entre otras razones, porque acaso no sea ya posible seguir viviendo tras el bastión de unos aranceles que no estén en armonía con los que el mundo entero practica. Porque lo que nunca debe olvidarse es que, en la transacción internacional, entran en juego, no sólo nuestros intereses, sino también los de aquellos que nos compran o venden. La armonización exige reciprocidad.

Al finalizar la primera guerra mundial, España tuvo un momento en el que pudo haber resuelto no sólo el problema de su comercio exterior sino también el de la modernización y puesta a punto de un sistema productivo. Pero estos objetivos no llegaron a alcanzarse porque se carecía de una política de altos vuelos; de una política que viera el porvenir por encima de las pequeñeces del presente.

En aquellos años, hubo un Gobierno que, dándose cuenta de la necesidad que España sentía de incrementar sus exportacines y, al mismo tiempo, de lo difícil que ello resultaba dadas las características generales de la economía, nombró una comisión encargada de estudiar a fondo el problema. De esta comisión formó parte el catedrático don Francisco Bernis que, una vez en posesión de los datos de nuestras transacciones internacionales, escribió una obra fundamentada y que aún hoy puede servir de guía. Aquella obra, titulada «Fomento de las exportaciones» constituyó un intento serio de resolver el problema, pero apenas si tuvo repercusión porque ni los poderes públicos ni las esferas particulares se hallaban dispuestos a un engrandecimiento futuro que implicaba sacrificios presentes.

«El verdadero problema económico de España —decía Bernis con una argumentación que aún hoy

se nos aparece como absolutamente válida— reside en reducir los costos económicos nacionales de la producción». «El fomento de la exportación —añadía— es una labor de política económica general en la que se enlacen la política arancelaria, la de crédito, la de renovación del equipo productivo...»

Las ideas de don Francisco Bernis no pudieron fructificar porque las concepciones raquíticas que imperaban en aquellos tiempos en política no permitían objetivos de altos vuelos en lo económico. No se comprendió que las peticiones de los sectores interesados en la exportación en el sentido de recibir del Estado una ayuda suplementaria, ocasional, para tener acceso en los mercados extranjeros, lejos de ser apoyadas, tenían que ser desatendidas, ya que el verdadero problema económico de España consistía en reducir los costes nacionales de los productos y agudizar las posiciones competitivas. Las ayudas pasajeras a la exportación —las ayudas que efectivamente se practicaron— produjeron precisamente el efecto contrario; es decir, sirvieron para elevar dichos costes.

La tarea de la exportación debe ser una tarea de primer rango, encadenada fielmente al proceso de la economía general del país. Para fomentar la exportación, se hace preciso una labor de política económica general, cuyo norte está marcado por esta aspiración: Reducir los costes. La política arancelaria, la del crédito a las exportaciones, la apertura y ensanchamiento de los canales de distribución en el exterior, el conocimiento de los mercados exteriores, la renovación del equipo industrial para alcanzar una mayor eficiencia, etc., son aspectos parciales de este problema del fomento de nuestras exportaciones, el cual ha vuelto de nuevo a plantearse en nuestros días por una razón perfectamente lógica, esto es, porque nunca encontró adecuada solución. Se trata de un problema viejo renovado por las circunstancias; un problema de fondo que jamás fué resuelto y que por ello

sigue pesando sobre el acontecer económico de España como una carga, como un estrangulamiento que es necesario eliminar para hacer realidad las aspiraciones de desarrollo económico.

Las ideas que hace ya más de cuarenta años fueron formuladas con clarividencia, tienen que ser llevadas ahora al plano de las realizaciones, evitando planteamientos parciales y perniciosos de la política exportadora. La exigencia actual en este orden de cosas es la misma que ya se formuló hace casi medio siglo.

Es evidente que el fomento de las exportaciones constituye uno de los objetivos actuales de nuestra economía. Mas por fortuna, el problema no se ha planteado en la hora actual desde el punto de vista empequeñecedor e inoperante que tuvo en pasadas épocas. La tarea exportadora no puede consistir en dar salida a unas existencias invendidas, sino que tiene que orientarse a colocar en los mercados exteriores unos productos creados pensando precisamente en su venta en el exterior.

En su consecuencia, la exportación se nos aparece como una faceta de nuestro total quehacer económico, y presupone alcanzar un nivel competitivo que desatendiendo ayudas adventicias, se asiente en una situación productiva y distribuidora que fomente la demanda externa de nuestras mercancías.

Para alcanzar esta meta se precisan medidas de muy diverso orden, a todas las cuales hemos de referirnos a lo largo de nuestro trabajo, pero, como también hemos de ver, el fundamento de todas esas medidas ha de consistir en la eficacia económica de nuestro hacer productivo, esto es, en alcanzar el nivel competitivo necesario para salir a los mercados exteriores en las condiciones de precio y calidad exigidas, cada vez en mayor grado, por las características, orientadas hacia la permanencia, del mercado mundial.

La insuficiencia de nuestras ventas en el exterior es la consecuencia de un proceso secular y hubiera

sido totalmente ilusorio creer que una operación estabilizadora podría borrarla. En efecto: Ya hemos visto que en 1960, y debido al proceso estabilizador que tuvo como una de sus consecuencias la limitación de las importaciones, la balanza comercial de nuestro país arrojó un ligero déficit. Pero esta situación era pasajera. En el momento de escribir estas líneas, al filo de terminar el año 1961, se indica por nuestras altas autoridades económicas que dicha anualidad arrojará un déficit comercial del orden de los 300 millones de dólares, es decir, de los 18.000 millones de pesetas.

El hecho era perfectamente previsible y no ha sorprendido a nadie de cuantos conocían el mecanismo de nuestro comercio exterior. Porque, como venimos diciendo, la solución al mal endémico de la insuficiencia exportadora no puede corregirse con una limitación momentánea de las adquisiciones en el exterior, limitación, que, por otro lado, se encuentra en absoluta oposición con la trayectoria que ha de seguirse si es que de veras se quiere conseguir el grado suficiente de desarrollo económico.

Si España desea una efectiva expansión de sus actividades económicas, no tiene que limitar, sino ampliar sus adquisiciones en el exterior, sobre todo aquéllas que se refieren a la compra de materias primas y bienes de equipo. Y si esto es así, necesita también elevar sus exportaciones. Para conseguirlo se exige una orientación muy definida que dice relación con dos aspectos igualmente esenciales: Uno es el de la política funcional de exportaciones. Otro, el de la política estructural de las mismas.

Acaso la segunda sea la efectivamente decisiva y la que a largo plazo resuelva de una vez el déficit crónico de nuestra balanza comercial y el estrangulamiento del sector exterior, pero es indudable que también sobre la primera es necesario actuar, puesto que, como hemos de ver, los aspectos de la política fun-

cional de exportaciones son el complemento absolutamente necesario para que las mejoras de estructura se traduzcan en beneficios tangibles de mayores ventas en el exterior.

Dentro de lo que denominamos política estructural de exportaciones, vamos a examinar, en sucesivos capítulos, la posible creación de las actividades productivas dedicadas a la exportación y la creación de la mentalidad exportadora, señalando desde ahora que ambos conceptos son comprendidos por nosotros como aspectos parciales de una política nacional de desarrollo económico. Dentro de la política funcional de exportación, hemos de ver lo referente a ayudas financieras, ayudas fiscales e información y propaganda, para terminar con los objetivos que tanto a una como a otra política informan.

5.—ANALISIS DEL CONCEPTO "INVERTIR PARA EXPORTAR"

Cuantos conocen a fondo nuestro comercio exterior en sus características y en sus posibilidades están conformes en asegurar que una adecuada política funcional de exportaciones es necesaria y urgente. Pero también se muestran conformes en señalar que una política de tal tipo no es suficiente, ya que lo que con ella se alcanza —y en realidad no es poco— consiste en facilitar la labor de los sectores que o bien son exportadores, o se encuentran muy próximos a la posibilidad de exportación. La política funcional de exportaciones a lo más que puede aspirar es, por lo tanto, a facilitar la tarea de sus ventas en el exterior a aquellas actividades que realmente se encuentran capacitadas para ello, hayan salido o no al mercado exterior.

Pero, precisamente, el gran problema que hay que atacar es el de nuestra estructura productiva, modificándola en el sentido de que su actividad pueda ejercerse no sólo para atender las necesidades de un mercado interior más o menos abierto, sino también para poder salir al mercado exterior con características de calidades y precios que permitan una adecuada posición competitiva.

España tiene, pues, que alcanzar una estructura

más exportadora y mientras esto no se logre, el desarrollo económico nacional ha de tener siempre al flanco la enorme amenaza de carecer del suficiente volumen de medios de pago contra el exterior para financiar unas importaciones crecientes y que por referirse en muy buena parte a los bienes de capital se hacen absolutamente imprescindibles para conseguir la expansión.

Resulta indudable que una política estructural de exportaciones no es una labor de meses, sino de años; tal vez de muchos años. Mas, por lo mismo, tiene que ser emprendida sin demora, esperando que sus frutos vayan apareciendo con lentitud, pero de una manera permanente.

A poco que nos detengamos a pensarlo, veremos que una política de exportación así entendida no es sino una parte de una política general de desarrollo económico, esto es; una política estructural de exportaciones sólo tiene sentido dentro de un programa de desarrollo económico nacional en el que se considere al comercio exterior como una actividad inserta en las aspiracines de la política económica nacional.

Existe una frase feliz que en su brevedad señala la verdadera orientación que ha de seguirse para una política estructural de las exportaciones. Esta frase, pronunciada por el Ministro de Comercio, señor Ullastres, en la apertura de la Asamblea de las Cámaras de Comercio, Industria y Navegación, celebrada a fines de 1961, es la de «Invertir para exportar».

Se hace, en efecto, necesario orientar la actividad inversora y por consiguiente la actividad productiva hacia aquellos sectores que ya sean o bien puedan ser exportadores.

Cabe formular la pregunta de cuáles pueden ser estos sectores y para contestarla tenemos que examinar, junto a nuestras posibilidades, las que nos ofrecen los mercados exteriores. Y lo primero que cabe decir es que en estos problemas no nos encontramos

desprovistos ni de bases teóricas ni de elementos prácticos de contrastación. Han sido varios los economistas españoles que se han ocupado profundamente del tema, siendo valiosísimas las ideas que en este terreno se han expuesto en los trabajos publicados en la monumental obra «Estudios hispánicos de desarrollo económico», publicada bajo la dirección del ex ministro de Hacienda don José Larraz.

En la citada obra se incluyen trabajos que, como el de don José Luis Sampedro, nos muestran las posibilidades que España tiene, supuesto un eficaz desarrollo agrícola, para acrecentar las ventas exteriores de productos que siendo de tradicional exportación, pueden ver elevado todavía su mercado en gran escala dentro de un área que debemos considerar como de natural consumo de los mismos y que abarca a casi la totalidad de los países del occidente europeo. Salvando las distancias —dice acertadamente el señor Sampedro— los países mediterráneos pueden desempeñar el papel de la California europea, papel que, agregamos nosotros, no es de desdeñar puesto que se trata de acentuar la acción del hombre y de los capitales sobre un medio natural (clima y suelo con riegos) que nos puede permitir la elevación de unas producciones crematísticas que Europa necesita y que por ello nos tiene que comprar.

Con esto tocamos un tema candente en estos días, cual es el futuro de las integraciones agrícolas europeas dentro del Mercado Común. Hasta ahora, las efectivas integraciones llevadas a cabo por la Comunidad Económica Europea se han referido exclusivamente a los sectores industriales. Pero tenía que llegar, como efectivamente ha llegado, el momento en que se planteara el problema de la integración agrícola. Son los propios países ahora pertenecientes al mercado y singularmente Francia, quienes han puesto sobre el tapete la cuestión. España, todavía al margen del mercado, tiene que seguir con gran interés este

problema, dado que de su solución depende la postura que en el futuro pueda adoptar, ya que resulta indudable que una política de integración extendida a los sectores agrarios, habría de ofrecer a nuestro país perspectivas nuevas respecto a la integración.

Otro autor que ha estudiado con profudidad el problema de nuestras futuras exportaciones ha sido Prados Arrarte. En su obra «La economía española en los próximos veinte años», el autor formula hipótesis interesantísimas, atendidas a la realidad, sobre las futuras exportaciones españolas. Situándose en una posición pesimista, esto es, aun dado que las integraciones europeas no alcancen el sector agrario en la medida que ya lo han hecho en los industriales, nuestras posibilidades de exportación para aquel sector son amplias. Prados Arrarte las calcula así en la obra citada:

HIPOTESIS SOBRE EXPORTACION FUTURA AGRARIA

Años	Millones de dólares
1959	440
1964	510
1969	575
1974	645
1979	740

Esto quiere decir que aún en el peor de los casos, la ampliación de nuestras exportaciones agrarias puede ser muy destacada, siempre, claro está, que poseamos la base de una producción suficiente, la cual presupone una elevación del sector, basada en buena parte en una adecuada dotación para las inversiones agrícolas. Existen artículos que, como los agrios, tienen un amplio margen de ampliación exportadora, calculando Prados Arrarte que en los próximos veinte

años pueden duplicarse los actuales envíos al exterior.

Ya es indudable y así está reconocido por cuantos economistas se han ocupado de este problema, que la expansión de las exportaciones agrarias no pueden ser suficientes para equilibrar unas importaciones crecientes. En la posibilidad de exportación de los citados productos agrícolas hemos de tener presente las dos caras del problema: Una es la ampliación de nuestra capacidad de producción; la otra, la elasticidad de la demanda en los mercados exteriores y singularmente en los europeos que son, como ya hemos indicado antes, nuestros «clientes naturales».

La posible expansión de las producciones agrarias parece segura, siempre que se siga una política de desarrollo, centrada de modo esencial en la ampliación de los regadíos. En cuanto a la elasticidad de la demanda, también aparece como suficiente. De todo ello se deduce que la elevación de las ventas agrícolas de frutas y hortalizas españolas en los mercados europeos sólo puede verse frenada por un factor artificial, esto es, por el mantenimiento de unos proteccionismos agrarios tanto más irracionales cuanto que es a los países que los practica a los que en mayor grado dañan.

Las trabas que hoy se oponen a la ampliación de nuestras exportaciones agrarias es posible que desaparezcan en fecha no lejana, pero aún así será preciso ampliar la gama de nuestros productos exportables, colocando en ella el mayor número posible de manufacturas.

Y aquí entra de nuevo en juego la idea de «invertir para exportar». La transformación industrial que España necesita y a la que se orienta según directrices de desarrollo económico, no descansa tan solo en conseguir la autosuficiencia en todos aquellos sectores en que la misma es económicamente posible, sino también en conseguir una amplia colocación de manufacturas en los mercados exteriores.

Como premisa a esta situación encontramos una vez más la posición competitiva, sin la cual no es posible ni la verdadera autosuficiencia, ni mucho menos la actividad exportadora. Debe ser factible para la economía española elevar las ventas en el extranjero de productos industriales, según se ha podido comprobar con hechos a través de los años 1960 y 1961. Pero claro es que tal posibilidad tiene que asentarse en la ejecución de un programa general de desarrollo. La industria española, reestructurada según criterios racionales que ya se van siguiendo, puede acrecentar sus ventas en el exterior a un ritmo mucho mayor que el señalado para la agricultura, creando para la balanza comercial de España una situación de equilibrio, aun dada la alta propensión marginal a importar que presenta nuestro país y que en muy buena parte se debe, como es de todos conocido, a la insuficiente capacidad industrial.

6.—MENTALIDAD EXPORTADORA Y CANALES DE COMERCIALIZACION

Como ya hemos señalado, la elevación de las exportaciones supone, como antecedente previo, la modificación de las estructuras productivas orientándolas permanentemente hacia el sector exterior, de modo que las ventas a los países extranjeros no constituyan únicamente una válvula de seguridad para colocar esporádicos excedentes, sino una actividad continuada, de base constante.

Si se trata de artículos manufacturados, sobre los que se quiere cargar el acento de nuestras ventas dada su relativa pequeñez en el conjunto de la exportación española, los antecedentes exigidos se refieren, en especial, al suministro normal de materias primas, a la racionalización de las producciones y a la plena y perfecta utilización de los recursos naturales y de los factores humanos, para conseguir unos artículos en línea de competencia.

Mas esa modificación referida a la estructura productiva, tiene que verse acompañada de otra también profunda referida no ya al producir, sino al vender. Los factores de estructura que es necesario modificar y perfeccionar son también de tipo comercial y se refieren a la mentalidad exportadora y al perfecto

funcionamiento de los canales de comercialización. De ambos nos hemos de ocupar en este capítulo.

* * *

La mentalidad exportadora.

La función exportadora es típicamente comercial. Puede ejercerla también, es cierto, el propio sector productivo merced a un órgano adecuado, pero, en todo caso, hay que observar en ella las normas de todo comercio, que se inician, como es de sobra conocido, por la misión de orientar a la producción sobre las necesidades, gustos y apetencias de los mercados, ya que «es muchísimo más fácil fabricar lo que se vende, que vender lo que se fabrica».

Con esto hemos llegado a una de las misiones más destacadas del exportador, la cual consiste en el conocimiento de los mercados. Este conocimiento reviste tal importancia que, en la actualidad en muchos casos se ha convertido en una función independiente, llevada a cabo por firmas especializadas que realizan sus análisis según métodos de probada eficacia, poniendo luego los datos obtenidos a disposición de los exportadores para hacer posible su misión de colocación de productos.

Del mismo modo que antes hemos dicho que la perfección del comercio exterior consiste en no considerar las ventas como un hecho esporádico dictado por la coyuntura, sino como una función permanente basada en la propia configuración productiva, ahora cabe anotar que en dicha perfección tiene que encontrarse el conocimiento de los mercados mundiales para no ir a ciegas y perder un tiempo que en los terrenos del comercio es siempre imposible de recuperar.

Mas la mentalidad exportadora comporta otra faceta aún más importante si cabe que la ya señalada de orientar a la producción sobre las apetencias de

los mercados. Y esta faceta consiste en partir del supuesto, tan cierto como un apotegma, de que las ventas en el exterior no son, en la inmensa mayoría de los casos, miríficos negocios que permiten ganancias fáciles y abultadas, sino operaciones con las que se obtienen beneficios más reducidos que los que se consiguen en el mercado interior.

Las circunstancias anormales en que durante años se desenvolvió nuestro sector exterior —circunstancias que venían dadas por una deficiente estructura y que la situación coyuntural agravó— hicieron que el comercio exterior, en su doble vertiente de exportaciones e importaciones, se convirtiera en un juego de fácil ganancia, pero de una ganancia que pagaban a prorrateo tanto los sectores productivos como los consuntivos del país.

No es preciso detenerse en analizar males pasados. Lo que interesa al objeto de nuestro estudio consiste tan solo en señalar que cuando el comercio exterior es objeto de ganancias fáciles derivadas de una oportuna licencia de importación, de un cambio diferencial, etc., el beneficio desorbitado del que realiza la operación no cae de las nubes, sino que es pagado por el conjunto económico nacional.

En el orden económico general, la ventaja mayor que el comercio de exportación comporta, reside en que satisface plenamente el consumo interior ya que el hecho de vender artículos «intencionadamente excedentes», permite que puedan adquirirse en el exterior aquellos otros que en nuestro orden productivo aparecen como inexistentes o deficitarios. En el aspecto particular de las actividades productivas, las exportaciones permiten completar las ventas que se llevan a cabo en el mercado interior, haciendo de este modo posible alcanzar el óptimo ritmo productivo. Esto da lugar a la llegada a condiciones también óptimas (mínimas) de costes, lo que permite precios competitivos tanto para el interior como para el exterior.

Una industria —y en general una actividad productiva cualquiera que tiene posibilidades exportadoras, es porque ha alcanzado a producir según precios y calidades internacionales, lo que supone una garantía nada desdeñable para el consumo interior. Por ejemplo, los españoles que adquieren una máquina de coser, una bicicleta, un arma de fuego, etc. (artículos exportables) saben que compran artículos de precio y calidad internacionales y que, por consiguiente, se encuentran situados a la altura de «clientes favorecidos».

La exportación es el fiel contraste que garantiza el valor real de las producciones y en este sentido, favorece a todos los españoles. Prescindiendo de otros aspectos importantísimos del problema, el hecho de que nuestra industria se afane por situarse en línea de exportación, supone tanto como llegar a alcanzar ese decantado «precio internacional» que tantas veces hemos anhelado.

Los canales de comercialización.

La ausencia a todo lo largo de nuestra historia moderna de un intercambio comercial intenso con el exterior, ha hecho que nuestro país no haya alcanzado a crear un dispositivo comercial exterior similar al que otras naciones poseen. Este dispositivo tiene que ser creado, ya que de nada sirve situarse en línea competitiva en el campo de la producción, si luego no existen canales adecuados que lleven nuestros productos al mercado mundial.

Claro es que esta misión creadora compete especialmente a la actividad privada, sea de los comerciantes exportadores, sea de las propias empresas productivas interesadas en el sector exterior. Unos y otras tienen que esforzarse por abrir cauces por donde discurra la exportación de una manera fluída y permanente, lo cual exige, en gran número de casos, aunar esfuerzos

y crear organizaciones que tengan como función permanente el relacionar los sectores productivos del interior con las circunstancias, a menudo cambiantes, de los mercados exteriores.

Para esta función eminentemente comercial, las empresas españolas poseen un cauce eficacísimo en la Organización Sindical, a través de la cual se ha iniciado ya ciertamente una apertura y clarificación de canales de comercialización en armonía con nuestras circunstancias. La acción citada puede completarse con fórmulas de probada validez, tales como las exportaciones colectivas fundadas en asociaciones temporales o permanentes, de las que ya en España existen algunas muestras de gran eficacia, como la constituída por los fabricantes de máquinas-herramientas, quienes merced a la asociación con vistas a la ampliación exportadora, han conseguido elevar de manera destacada sus ventas en los mercados del exterior.

Claro es que el poder público puede coadyuvar a este intento de ampliación y mejora de los canales de comercialización, prestando un decidido apoyo a la función exportadora, orientada según las directrices que con anterioridad hemos expuesto. Esta es la misión esencial de la Dirección General de Comercio Exterior, creada en el Ministerio de Comercio y cuyo fin último de orientar nuestro intercambio hacia un equilibrio en el que cuenten en primer lugar las necesidades nacionales, se ve servido por este fin intermedio, pero esencialísimo, de incrementar las exportaciones y hacer de ellas una base cada vez más sólida y permanente del necesario equilibrio de nuestra balanza de pagos, el cual ha de hacerse compatible con la satisfacción de las necesidades nacionales en bienes, tanto de consumo como de equipo, procedentes del exterior.

Y como ya no hemos de tener ocasión de hacerlo al internarnos en otros problemas del comercio exterior, conviene señalar que para la apertura y mejora

de los canales de comercialización del sector exterior, se requiere una efectiva formación profesional de los individuos implicados en la actividad exportadora e importadora.

La función comercial, en sí misma siempre difícil y compleja, lo es todavía más en el sector exterior. Por ello necesita ser ejercida por hombres efectivamente preparados y con conocimientos muy profundos tanto económicos como comerciales. El «técnico comercial» es, dentro del sector exterior, el factor humano imprescindible con el que hay que contar cada vez en número mayor. Como en tantas otras actividades económicas, el empirismo, que acaso en otras épocas bastaba para ejercer adecuadamente una función, hoy día es del todo insuficiente.

7.—LAS EXIGENCIAS DE CALIDAD, TIPIFICACION Y PRESENTACION

Una vez examinados los aspectos generales de las modificaciones estructurales necesarias en el comercio exterior, conviene descender a los detalles concretos de más destacada importancia dentro de esa citada modificación estructural.

Sin intentar un examen exhaustivo de estos problemas, conviene estudiar aquellos que, en el comercio de exportación, se refieren a la calidad, tipificación, normalización y presentación de productos.

En el comercio exterior, la buena calidad de los productos es una exigencia de primer grado. Resulta difícil definir con precisión cual es el grado de perfección que necesitan los productos para ser situados fuera de las fronteras del país que los obtiene. Sin embargo, existe la denominación de «calidad internacional» y todos sabemos más o menos aproximadamente, que con ella se quiere significar un grado de calidad capaz de parangonarse con las mercancías de su tipo que se ofrecen en la libre competencia de los mercados mundiales.

No basta que la alta calidad se consiga de un modo esporádico, sino que tiene que ser una característica permanente de los productos. De esta necesidad de permanencia se deriva la exigencia del «control de

calidad» que en muchas ocasiones se aplica a las mercancías destinadas al comercio exterior.

Como es fácilmente comprensible, los más interesados en que se establezca y practique un rígido control de calidad son los propios exportadores —fabricantes o comerciantes— dado que es a ellos a quienes con mayor intensidad daña la actuación de los desaprensivos —generalmente exportadores esporádicos— que por conseguir una gran ganancia venden en el exterior una mercancía de baja calidad, aun a sabiendas de que, por descontentar al cliente, no van a volver a repetir la operación.

Aunque no se designe con este nombre ni se regule por disposiciones de tipo general, en España existe un verdadero control de calidad en muchos de los productos agrícolas que son objeto de normal exportación. Tal ocurre en los agrios, uvas de mesa, etc., respecto a los cuales y en cada campaña, al dictarse las disposiciones que la regulan, se señalan las características mínimas que deben reunir los productos destinados a la exportación.

Como una derivación de los controles de calidad pueden considerarse los controles de origen, en virtud de los cuales no se autoriza a utilizar las denominaciones de localización sino a los productos obtenidos en la zona cuyo nombre se exhibe como marca general. Tal ocurre, por ejemplo, con los vinos, uva de Almería (Ohanes), etc.

Intentando ahora España ampliar la gama de sus productos exportables merced a la inclusión en la misma de diversas manufacturas, un control de calidad de las mismas sería altamente beneficioso. Cierto es que en la actualidad algunos fabricantes someten sus productos a controles particulares que realizan casas especializadas en este menester, las cuales autorizan a exhibir un sello o distintivo especial a los artículos que poseen una calidad internacional. Sin embargo, sería deseable que tal requisito se exigiera

de modo general, con el fin de que nuestros productos manufacturados, al llevar el sello de «fabricado en España», reunieran la alta especificación de calidad exigida para infudir confianza en el comprador.

Como es fácilmente comprensible, dentro de cuantas notas pueden exigirse a los artículos exportables, la de la calidad es la de mayor y más decisivo rango, ya que ella es la característica que junto al precio, en mayor medida influye en la decisión de los compradores.

* * *

Una segunda exigencia de los artículos destinados al comercio de exportación y que por desgracia estamos muy lejos de alcanzar aún, es la de tipificación.

Tipificar es, como su propia etimología señala, crear tipos, es decir, presentar artículos de unas características definidas, incluso en sus aspectos accesorios y fácilmente cognoscibles por el cliente. En general, la tipificación requiere atenerse a unos pocos modelos y ejecutarlos de la manera más perfecta posible. Por ejemplo, un fallo de nuestra industria del calzado al intentar salir a los mercados extranjeros ha sido la de la enorme cantidad de hormas, colores, tipos de confección, etc., presentada al cliente. Es preferible, en toda clase de productos, atenerse a un reducido número de tipos y cargar sobre ellos el acento de la perfección, que ofrecer una gran variedad expuesta al confusionismo.

* * *

Una característica muy ligada a la anteriormente señalada y que por lo común no poseen todavía la mayor parte de nuestros artículos exportables, es la de normalización. No basta con crear un número definido de tipos, sino que se exige una permanencia de los mismos, de modo que el cliente que una vez ha

adquirido determinado producto, tenga la seguridad de seguir hallándole en el mercado.

Normalizar es, pues, mantener los tipos sin variaciones esenciales en sus principales características y, sobre todo, sin altibajos en la calidad. En los productos envasados, en los cuales el comprador se tiene necesariamente que guiar por la marca o especificación exterior, la normalización es absolutamente necesaria ya que de no existir se siembra la desconfianza del cliente, el cual no sabe nunca si lo que adquiere ahora con determinado nombre, reúne las mismas condiciones que el producto que anteriormente adquirió.

La normalización es por consiguiente una necesidad para alcanzar un mercado estable y duradero, el cual es el único que a la larga puede mantener las exportaciones de un país a satisfactorio nivel. Sin esta normalización resulta absolutamente imposible dar a las ventas en el exterior la estabilidad requerida para que el comercio de exportación alcance el deseado volumen.

* * *

Como última nota necesaria a los artículos exportables, podemos señalar la de una adecuada presentación. No basta —y esto lo saben los comerciantes de todo el mundo— con que un producto posea una excelente calidad. Hace falta también que sea ofrecido al cliente en forma atractiva, merced a un acabado perfecto o un envasado conveniente.

Por regla general, la presentación externa de los productos, sobre todo de aquellos que se ofrecen al cliente cerrados en un envase, tiene incluso influencia en la calidad de los mismos. Piénsese, por ejemplo, en lo que ocurre con todo tipo de conservas, así como en los vinos etc., en los que el perfecto envasado y presentación, es como una garantía de la calidad.

Pero aunque así no ocurra, la presentación es siem-

pre el pórtico que anuncia la calidad del producto. Por ello se requiere que sea lo más atractiva y adecuada posible y sobre todo, que tenga en cuenta los gustos del comprador, la facilidad del empleo, etc.

Es evidente que sobre todo en los últimos años y merced al mayor contacto de nuestros exportadores con las exigencias de los mercados internacionales, la presentación de los artículos españoles se ha elevado mucho. Sin embargo, aún existen infinidad de artículos con envasado deficiente, con etiquetas anacrónicas, con características externas que, en lugar de realzar la calidad, lo que hacen es enmascararla y rebajarla.

La presentación y envasado deben considerarse, pues, como factores que tienen una enorme influencia en la posible venta y por ello hay que concederles la debida importancia.

* * *

Como puede advertirse, todas las observaciones expuestas en este capítulo se refieren a las funciones del exportador. Es él quien, por su propio beneficio, debe satisfacer las exigencias de calidad, tipificación, normalización y presentación, si bien en muchos casos conviene, para propia garantia del vendedor de buena fe, que el Estado, a través de las autoridades comerciales, vigile y haga cumplir unas normas mínimas referidas a los indicados aspectos.

8.—LAS FACILIDADES FINANCIERAS A LA EXPORTACION

Hasta aquí nos hemos venido refiriendo a las modificaciones estructurales que debe experimentar el sector exterior para alcanzar su plena significación económica. Son sin duda las de mayor entidad entre las que han de llevarse a cabo, pero es innegable que, por sí solas, serían insuficientes. Se hace necesario también ir a una transformación de los aspectos funcionales del comercio exterior merced a una política que comprende, entre otros extremos de menor importancia, las ayudas financieras a la exportación y las desgravaciones fiscales. En este capítulo nos hemos de referir a las primeras.

En los mercados internacionales y salvo situaciones de emergencia que precisamente por su eventualidad no deben ser tenidas en cuenta, la acción competitiva no se refiere tan solo a calidades y precios, sino también, en buena medida, a las facilidades de pago. Las empresas industriales o comerciales que quieren vender en los citados mercados, tienen que conceder a sus clientes unas condiciones que en muchas ocasiones y sobre todo cuando las ventas se refieren a bienes duraderos, sean de equipo o de uso, poseen todas las características del pago aplazado.

Se trata de una práctica comercial que cabe decir se ha universalizado y que es hoy ejercida por todos los países exportadores. En realidad, el sistema de exportaciones dando al cliente facilidades de pago, venía siendo ejercido por la industria británica a todo lo largo del presente siglo, pero ha sido en los tiempos recientes cuando, una vez superadas las dificultades del conflicto mundial, ha cobrado extensión general, siendo hoy las ventas a plazos, o bien con pago diferido, las que permiten a los países exportadores incrementar sus ventas en el exterior.

Mas claro es que las casas exportadoras no pueden conceder a sus clientes facilidades de pago atractivas si al mismo tiempo no cuentan ellas con suficientes facilidades crediticias. Dentro de la política funcional de exportaciones, los créditos a la exportación figuran como una necesidad de primer grado. Se necesitan porque así lo exigen las características de competencia que existen en los mercados.

Los créditos a la exportación tienen su principal razón de ser en que, en el comercio exterior, lo normal es entregar las mercancías a personas o entidades a las que no se pueden girar letras de cambio. El exportador vende y no cobra sino a un plazo más o menos dilatado. Por consiguiente, para mantener la movilidad de su negocio, o bien posee un cuantioso capital —hecho que no es corriente ni acaso necesario— o bien ha de contar con créditos suficientes para no quedar absolutamente paralizado en cuanto lleve a cabo un determinado volumen de ventas.

Pero existen además otras razones que no ya justifican, sino que aconsejan la concesión de créditos a la exportación. Sabido es que, aunque la tendencia mundial se orienta cada vez en mayor medida a la liberalización de los mercados exteriores, la mayoría de los países mantienen controles públicos sobre la moneda extranjera. Si un comerciante o industrial vende en el exterior una mercancía y no la cobra, es

imposible obligarle a que abone en el organismo que controla las divisas, el importe de su venta.

Por último, la razón de peso que ha dado lugar a que todos los países movilicen en gran escala créditos para la exportación, reside en que a los países en vías de desarrollo es necesario venderles los bienes de equipo con pago aplazado, con un aplazamiento que se refiere incluso a años y que por consiguiente excede en demasía a los que el comerciante puede soportar.

Pero en materia de facilidades financieras al sector exterior, la mayoría de los países han ido más lejos que el simple crédito a la exportación, puesto que han creado en gran escala los créditos de prefinanciación. Ya no se trata tan solo de conceder ayuda financiera a las ventas en el extranjero, sino de extenderla a la producción de artículos que han de ser exportados. En España, este sistema de crédito se ha puesto en práctica, sobre todo, en la construcción naval, con magníficos resultados, ya que merced a ello se ha logrado incrementar en buena medida la venta de barcos en el extranjero. No obstante, parece necesario ampliar notablemente tal tipo de créditos, sobre todo en los referidos a aquellas industrias que fabrican bienes de equipo con vistas a la exportación.

En varios países, cuando el plazo concedido por el exportador a un cliente extranjero no excede de cinco años, los organismos de crédito crean sistemas de movilización mediante efectos que son negociados en los Institutos de Emisión y con tipos de descuento sumamente ventajosos. Incluso algunos países fuertemente industrializados conceden a los exportadores créditos superiores a los cinco años, con el fin de que éstos puedan también otorgar pagos diferidos a sus clientes. Vemos, pues, que en materia de prefinanciación del sector exterior, existen créditos no sólo a corto y medio plazo, sino también a largo plazo.

Tanto los créditos a la exportación como los de prefinanciación, aparecen hoy como absolutamente

necesarios para mantenerse en condiciones competitivas en los mercados exteriores. Pero cabe decir que en la inmensa mayoría de los países se ha avanzado todavía más, ofreciendo a la exportación determinadas garantías. Las modificaciones de precios que pueden producirse durante los plazos otorgados por el exportador a sus clientes, exigen unas garantías que se encuentran íntimamente ligadas con el problema de la financiación de las exportaciones.

Cuando se trata de plazos dilatados, existe efectivamente el riesgo de que se originen alzas en los precios interiores cuando las exportaciones se han estipulados a otros precios más bajos. El poder público ha adoptado en muchos países la norma de garantizar los precios, siempre que el importe de los pedidos y los plazos de entrega justifiquen tal medida.

También se ha generalizado entre los países exportadores el Seguro de Crédito a la Exportación, ya implantado en España, y que tiene por finalidad garantizar a los exportadores el feliz término de sus operaciones, ya que no sólo les respalda contra los riesgos que comporta la concesión de plazos (riesgos de insolvencia de tipo político. catástrofes, imposibilidad de transferencia, etc.), sino que también facilita dentro de los organismos de crédito la movilización de los efectos comerciales que hayan vencido. La gestión de esta clase de seguros ha sido confiada en España a la Compañía de Seguros de Crédito y Caución como entidad especializada y en la concesión de la garantía interviene el Estado exigiendo una serie de características.

Este Seguro de Crédito a la Exportación se creó en Inglaterra inmediatamente después de terminada la primera guerra mundial, pero la mayoría de los países, entre ellos el nuestro, no le han adoptado sino en los años últimos, cubriendo con él un flanco de la posición competitiva que ofrecía serios obstáculos al crecimiento de las exportaciones.

Pero no cabe olvidar que en el campo que estamos examinando de las ayudas financieras a la exportación, existen aún nuevas modalidades puestas ya en práctica por algunos países. Entre ellas se encuentra el Seguro de Prospección, el cual se destina a respaldar a los exportadores parcialmente —por lo general en un 60 por 100— el riesgo de no poder amortizar los gastos que les han ocasionado aquellas operaciones que se consideran hoy como imprescindibles y previas a la ampliación de las ventas en el exterior, tales como las referidas a prospección de mercados, publicidad, envíos de muestras, etc. Como es lógico, este tipo de seguro, en el que la cobertura del riesgo no es nunca total puesto que si lo fuera equivaldría a que el exportador «tirara con pólvora ajena», anima a los interesados en el comercio exterior a buscar nuevas posibilidades de ventas, lo que se traduce en la mayoría de los casos en hallazgo de nuevos mercados. Debemos recordar que este Seguro de Prospección se estableció en Inglaterra por primera vez en 1949 y tuvo por finalidad inicial, favorecer las prospecciones de mercado en Estados Unidos.

Incluso modernamente ha surgido otro tipo de seguro orientado también a la elevación de las exportaciones. Se trata del Seguro de Ferias, el cual, para dar mayor importancia a la participación de las empresas en algunas manifestaciones económicas en el extranjero, les resarce de los gastos que ocasionan la asistencia al certamen, caso de que las ventas realizadas no basten, en un plazo fijado, para cubrir los gastos que ocasionó la asistencia al certamen. Por lo general, son los Poderes Públicos los que señalan las ferias a que puede aplicarse dicho seguro.

Otras ventajas o ayudas financieras a la actividad exportadora son la reserva de divisas, los anticipos de las mismas, etc. En muchos países, existe el criterio automático de que una parte de las divisas obtenidas por el exportador pueda ser libremente utili-

zada por el mismo, ya para el pago de ciertos gastos accesorios que la exportación origina en el exterior, o bien para adquirir con tales divisas productos directamente utilizados por las empresas para sus actividades exportadoras. Este procedimiento ha sido utilizado en nuestro país con buen resultado.

En definitiva, las ayudas financieras a la exportación, pueden y deben ser en España ampliadas para situar a los sectores del comercio exterior en las mismas condiciones en que ya se encuentran los de otros muchos países, proporcionándoles una igualdad que es base de la posición competitiva.

9.—ESTIMULOS FISCALES A LA EXPORTACION

Los estímulos fiscales a la exportación constituyen uno de los aspectos más destacados de la política funcional a que ya hemos aludido y a corto plazo son incluso más efectivos que las propias ayudas financieras examinadas en el capítulo anterior. Conviene dejar fijado de antemano que estos estímulos fiscales se practican, podemos decir, que en todos los países del mundo. Por consiguiente, al ser concedidos a nuestros exportadores, lo que en realidad se hace es situarlos en un plano de igualdad competitiva que antes no poseían, lo que, como es lógico limitaba sus posibilidades de ventas en el exterior.

Al ser la acción fiscal eminentemente estatal, es también en estos estímulos fiscales donde con mayor intensidad se puede centrar la política oficial de ayuda al comercio exterior, la cual puede revestir diversas manifestaciones. Acaso la más extendida y eficiente sea el reembolso total o parcial de los impuestos indirectos que gravan aquellos productos destinados a los mercados exteriores. Este reembolso consiste en una desgravación fiscal que se realiza en el momento en que la mercancía es exportada. Tal línea se inició en España por Decreto del 21 de julio de 1960, el

cual viene a desarrollar el contexto de los artículos 20 y 21 de la Ley de Reforma Tributaria de diciembre de 1959.

El espíritu de este Decreto es excelente y se ajusta en un todo a las normas internacionales. Sin embargo, los mismos organismos oficiales reconocen que el sistema seguido en cuanto a la tramitación de las desgravaciones resulta con frecuencia lento y complicado, lo que va contra las normas comerciales, las cuales necesitan, sobre todo, una gran agilidad.

Por lo demás, caber decir que si en los primeros meses de vigencia del citado Decreto la desgravación fiscal se concedió con lentitud, posteriormente alcanzó un ritmo bastante satisfactorio. En las desgravaciones fiscales intervienen tanto el Ministerio de Comercio como el de Hacienda y si bien al primero le conviene incrementar todo lo posible las ventas al exterior, dado que cuanto más cuantiosas sean éstas tanto más fortaleza cobrará nuestro signo monetario, el segundo tenía que velar porque los ingresos fiscales no experimentaran una peligrosa merma. La magnífica situación de la Hacienda española, la cual ha alcanzado una prosperidad jamás conocida en nuestra historia, ha influído sin duda en la mayor velocidad imprimida a las desgravaciones fiscales, habiéndose podido comprobar que la expansión alcanzada por la economía general merced a la ampliación del sector exterior, ha compensado con creces los menores ingresos percibidos en impuestos indirectos por reducción o eliminación de los mismos en aquellos productos destinados a la exportación.

Pero conviene hacer una salvedad respecto a un problema puesto de manifiesto por los expertos del comercio exterior: Parece que tal como se practica en España y teniendo en cuenta las características de nuestro sistema tributario, la desgravación fiscal a las exportaciones corre el grave riesgo de quedar por

bajo de la carga impositiva indirecta soportada por la mercancía objeto de exportación.

Y es que la estructura de los impuestos indirectos, demasiado enmarañada en nuestro país, dificulta la desgravación íntegra de tales impuestos. En aquellos países como Inglaterra en donde la imposición indirecta se acumula en un impuesto final de ventas, es muy fácil la desgravación, dado que basta la supresión o devolución del citado impuesto final para que el producto exportado quede libre de toda carga fiscal indirecta.

Más en nuestro país, los impuestos indirectos van recayendo con enorme complejidad a lo largo de todo el proceso productivo y por ello es muy difícil conocer con seguridad cual es el volumen de la presión fiscal final. España tiene que buscar, pues, un procedimiento para desgravar en la medida justa, aunque en definitiva, la solución exacta del problema ha de consistir en una reforma tributaria que englobe los distintos impuestos ahora existentes. Así vemos que la reforma tributaria en la que con tanto interés trabaja el Ministerio de Hacienda, ha de ofrecernos, entre otras grandes ventajas, la de clarificar nuestro comercio exterior y poner a nuestra exportación, de manera sencilla, en la línea competitiva exigida por las transacciones internacionales.

La desgravación fiscal a las exportaciones es un tipo de ayuda que se encuentra muy extendido en todos los países de Europa. En Alemania existe la desgravación de la tasa de compensación y del impuesto sobre el consumo; en Bélgica, los artículos exportados quedan exentos del impuesto de trasmisión; en Francia, del impuesto sobre la cifra de negocios, de los derechos de garantía, etc.; en Italia, de la tasa de compensción y del impuesto de fabricación.

En realidad, no existe ni un solo país que, de una forma o de otra, no realice desgravaciones fiscales a los artículos exportados, lo cual tiene que ser admiti-

do en buena lógica, ya que de no ser así los productos obtenidos en un país y consumidos en otro, se verían afectados por esa «doble imposición» que constituye hoy, no sólo en los sectores del comercio exterior, sino también en los de colocación de capitales, la pesadilla de los economistas modernos.

Sería demasiado prolijo enumerar los diversos procedimientos que en materia de desgravación fiscal a la exportación practican los diversos países. Solo cabe señalar que se admite hoy como norma común para colocar los artículos nacionales en verdadera posición competitiva en el mercado mundial.

Sin embargo, conviene precisar que tales desgravaciones tienen un límite, pasado el cual cae en el «dumping». El Consejo de la OECE señaló muy acertadamente al tratar de las ayudas a la exportación y normas de competencia que «los países miembros debían abstenerse de realizar desgravaciones o reembolsos de impuestos indirectos en cuantía mayor a la percibida en el interior del país». Esta medida tiende, como con toda claridad se advierte, a evitar que la devolución de derechos fiscales se convierta en una primación de las exportaciones, considerada como competencia desleal».

Pero la perfección del comercio exterior no se consigue sólo con la desgravación fiscal a las exportaciones. Es necesario también revisar el mecanismo de los derechos arancelarios de la importación, ya que en muchos casos, las ventas en el exterior dependen fundamentalmente de las adquisiciones prévias en los mercados extranjeros.

Un caso muy visible lo tenemos, dentro de nuestra propia economía, en el sector petrolífero. España, como se sabe, carece en absoluto de petróleo y todos los crudos que trata en sus refinerías son adquiridos en el exterior. Sin embargo, los derivados del petróleto constituyen un renglón muy importante de nuestras exportaciones. Esto quiere decir que la importa-

ción, sobre todo la referida a materias primas, tiene que ser examinada desde el ángulo de la posible exportación ulterior, debiendo por ello estudiarse los derechos arancelarios de importación que conviene reducir por referirse a artículos —materias primas o no— utilizados por los sectores exportadores. La hojalata, por ejemplo, es objeto de sistema especial ya que, aun tratándose, efectivamente de una manufactura, sirve de soporte a nuestra exportación de conservas de pescado.

Pero la ayuda a la exportación merced a las facilidades importadoras no queda circunscrita al aspecto indicado. Cabe, en efecto, examinar la posibilidad de eximir de derechos arancelarios a las importaciones de bienes de equipo destinados a las industrias preferentemente exportadoras. El sistema, conviene advertirlo, no carece de peligros, ya que puede dar lugar a una preferencia por el sector exterior que dañe a los consumidores interiores, pero resulta indudable que desde hace años viene empleándose con éxito en diversos países, entre ellos Italia, con una incidencia muy favorable en el incremento de las exportaciones.

Otra facilidad que el Estado puede conceder en favor de las ventas en el exterior consiste en la concesión de facilidades fiscales. En algunos países como Francia, los titulares de la «tarjeta de exportador», están facultados para pagar los impuestos en los plazos que sean más cómodos para ellos, siempre que demuestren que los esfuerzos realizados para elevar sus ventas en el exterior les han colocado en una situación de tesorería que les imposibilita satisfacer las cargas fiscales en el período marcado por la Ley. Iguales beneficios se otorgan a las empresas que poseen filiales en el extranjero.

En otras ocasiones, para evitar que la organización comercial fuera del país se encuentre en manos de extranjeros, lo que ocurre en muchos casos en los

sectores exportadores españoles, en algunos países se han dictado disposiciones para fomentar la creación de establecimientos de ventas e incluso oficinas de información de mercado en el extranjero. No se trata en estos casos de medidas fiscales, pero las relacionamos con ellas porque son la expresión de la ación estatal en lo referido al incremento de las exportaciones, si bien dicha acción se extiende también a aspectos distintos que más adelante hemos de examinar y que tienen que ser llevados a cabo conjuntamente por las empresas privadas y las autoridades económicas.

10.—INFORMACION Y PROPAGANDA

Las facilidades financieras y los estímulos fiscales suponen, como hemos visto en capítulos anteriores, dos aspectos destacados de la política funcional de comercio exterior. Otra faceta también importantísima la constituye la información y propaganda. Por la primera, las empresas exportadoras adquieren un conocimiento suficiente de las características de los mercados mundiales y de las posibilidades que ofrecen a los artículos de posible exportación. Por la segunda, las citadas empresas tratan de dar a conocer sus artículos en el exterior presentándolos a los posibles clientes.

Ambas misiones son muy complejas y tienen que llevarse a cabo apelando a muchos extremos. En ocasiones, son los propios países compradores los que ofrecen información sobre sus posibilidades adquisitivas, pero lo más frecuente es que sean los vendedores quienes tengan que llevar a cabo unos estudios de mercado que, como bien puede suponerse, presentan mucha mayor dificultad de lo que este tipo de operaciones ofrece en un mercado interior.

Y es que una información completa respecto a mercados exteriores no se refiere tan solo a las posibilida-

des de venta en cuanto a clases o tipos de artículos y precio y calidad de los mismos, sino que dice relación con las formalidades administrativas que rigen en el propio país, con las reglamentaciones que cada país tiene respecto a importaciones de cada producto concreto, las características de competencia, los medios de transporte, etc., etc.

En definitiva, la información respecto a la situación y posibilidades de mercados en el comercio exterior, es una función difícil, a realizar conjuntamente por productores, comerciantes, organizaciones profesionales e incluso organismos de la Administración del Estado.

En España, la Dirección General de Expansión Comercial, de creación reciente, se ha manifestado como particularmente apta para esta función de información, pero claro es que ıa ella cooperan también los Organismos Sindicales, las Cámaras de Comercio, las asociaciones de fabricantes y comerciantes, etc.

Todos los países que dedican verdadera atención al sector exterior cuentan con organismos especializados en problemas de información y así en Gran Bretaña existe el Servicio Británico de Expansión Comercial; en Francia, el Centro Nacional de Comercio Exterior; en Italia, el Instituto de Comercio Exterior; en Noruega, el Consejo de Exportación; en Suiza, la Oficina de Expansión Comercial, etc.

Pero los organismos citados, además de las funciones ya enumeradas, actúan en otros aspectos igualmente importantes, cuales son la vigilancia de calidad de los productos exportados, la formación de los cuadros profesionales del comercio exterior y las modificaciones de coyuntura que los mercados exteriores frecen y que muchas veces escaopan al exprtador individual.

Como se ve, los cometidos asignados a la información dentro del sector exterior son tan amplios y complejos que no pueden ser llevados a cabo sino es con

la unión mancomunada de cuantos factores se interesan en la ampliación de las exportaciones, incluyendo como es lógico a los organismos comerciales del Estado.

En España, donde como ya hemos señalado en otra ocasión, hemos carecido hasta ahora de verdaderos canales de distribución en el extranjero, los servicios de información presentan una excepcional importancia, ya que constituyen la avanzadilla de una actividad que podemos decir que no ha sido practicada con anterioridad. Sin adecuada información, no sólo se corre el riesgo de, como vulgarmente se dice «ir a vender hierro a Bilbao», sino el acaso todavía más grave de no ir a vender en mercados que ofrecen verdaderas facilidades para nuestros productos.

La información es por consiguiente una labor previa a las de ofrecer y vender. El esfuerzo que España realiza en este sentido es meritorio, sobre todo teniendo en cuenta que salvo para contadas actividades exportadoras, se carecía hasta ahora de antecedentes que pudieran orientar a nuestros exportadores.

* * *

Dentro de la política funcional del comercio exterior, el aspecto subyacente al de la información es el de la propaganda. Una vez conocidas las características y peculiaridades de los mercados internacionales, los exportadores se aprestan a penetrar en ellos por medio de la propaganda. La información se lleva a cabo para conocer; la propaganda se realiza para ser conocido.

En materia de propaganda, los organismos especializados son también necesarios y los cometidos esenciales de los mismos podemos clasificarlos así:

a) Orientar al exportador sobre la mejor forma de realizar la publicidad en aquellos países donde la

información señala que pueden ser vendidos los productos.

b) Organizar y en ocasiones llevar a cabo la publicidad colectiva de un grupo de empresas exportadoras que en algunos casos puede abarcar a un sector completo de la producción.

c) Asistir a los exportadores en las ferias y manifestaciones comerciales que se realizan en el extranjero.

d) Atender a las misiones económicas extranjeras que nos visitan e informarlas de nuestras posibilidades de importación y exportación.

La propaganda exterior exige un gran cuidado si se quiere que sus resultados sean fructíferos. Lanzar, por ejemplo, una campaña de publicidad en el exterior sin conocer la psicología del público a la que dicha campaña va dirigida, es tanto como gastar la pólvora en salvas. Hace falta conocer la reacción del público a quien se trata de vender y para ello deben existir organismos capaces de montar adecuadamente la propaganda en el exterior.

En la mayoría de los casos, la propaganda colectiva es no sólo más económica, sino también de mayor eficacia que la llevada a cabo por una sola firma. Además, esta publicidad colectiva puede calar más por disponer de mayores medios económicos.

Naturalmente, siempre que se lleva a cabo la propaganda colectiva, tiene que contarse con una adecuación de calidad, ya que de otro modo, la mala clase de un producto podría dañar gravemente a sus similares. En España, los naranjeros hacen propaganda colectiva del fruto, pero sólo se permite la salida al exterior de aquél que posee unas determinadas características —muy precisas y controladas— de madurez, color, cantidad de zumo, etc. de modo que el comprador extranjero de nuestra fruta, sabe ya a que atenerse cuando la encuentra amparada con la marca de calidad. Recientemente, esta norma de calidad se trata

de imponer también a determinados productos industriales, lo que significaría un gran beneficio para el conjunto de nuestras exportaciones y para la apertura de mercados en el exterior.

Dentro de la labor de propaganda se encuentra también la participación en ferias y exposiciones extranjeras, así como en aquellos certámenes que, realizados en nuestro propio país, tengan carácter internacional. En España tenemos para esta misión la Comisaría General de Ferias y Exposiciones, dependiente de la Dirección General de Expansión comercial y que desde hace años viene realizando una función eficaz.

Por último, un cometido también de los organismos de propaganda, consiste en recibir y orientar a las comisiones extranjeras que nos visitan, bien para situar artículos en nuestro mercado, o ya para ver las posibilidades de adquisición que ofrece nuestro país. La Organización Sindical y las Cámaras de Comercio han actuado hasta aquí con gran interés en este campo de la relación internacional, contribuyendo a fijar orientaciones muy convenientes tanto para la importación como para la exportación.

En definitiva, información y propaganda aparecen hoy como elementos absolutamente imprescindibles para conseguir la aspiración de un eficaz crecimiento comercial. Se trata, por otra parte, de aspectos funcionales que no se improvisan; que hay que ir creando y elevando poco a poco, merced a un sostenido esfuerzo y buscando orientaciones que solo a la larga pueden fijar las bases de una expansión permanente de nuestro comercio exterior.

Y aunque sólo sea como inciso, conviene señalar que las dificultades que las transacciones internacionales ofrecen, requieren, para ser superadas con éxito, un personal altamente especializado, con conocimientos de idiomas, de mercados y productos que les

capaciten para actuar con eficacia en las relaciones con el exterior.

Con esto queremos significar que el comercio exterior exige, acaso con mayor fuerza que los restantes sectores comerciales, un personal preparado para la misión que tiene que desempeñar; y que desde luego, como hemos podido ver, presenta un cúmulo de dificultades que sól pueden superarse con una adecuada formación.

II.—BALANZA DE PAGOS. TURISMO Y COMERCIO EXTERIOR

El incremento de las exportaciones, si solucionado a corto plazo con las medidas estabilizadoras, continúa siendo un problema grave que hay que afrontar con perfeccionamientos estructurales y funcionales según normas que a través de estas páginas hemos intentado resumir. El hecho real de esta necesidad exportadora, descansa en que las ventas de mercancías en el exterior tienen que constituir la base de unas adquisiciones imprescindibles para que se cumplan las aspiraciones de nuestro desarrollo económico.

Sin embargo, lo acaecido en 1961 nos afirma en una idea—vieja ya en sectores que han sabido ver con lucidez los problemas del Comercio exterior de nuestra patria—la cual señala que no es necesario para la sanidad de nuestra economía y fortaleza de nuestra moneda que los valores de exportaciones e importaciones se vean igualados. En otras palabras, lo que realmente ocurre es que España puede extender sus adquisiciones en el exterior por encima de sus ventas y por consiguiente soportar un déficit comercial, merced a los superavit que se consiguen en otras partidas de la balanza de pagos.

Pero es evidente que cuanto más crezca el volumen de la exportación, mayor altura cabe alcanzar en las

importaciones, por lo que, si aquellas se sitúan en altos niveles, puede lograrse la total liberalización de compras en el extranjero que es, en definitiva, a lo que aspiran los movimientos integradores que hoy con tanta fuerza actúan en el mundo.

El año 1961, sin ser todavía normal por las circunstancias que ahora explicaremos, constituye, no obstante, un ejemplo muy representativo de lo que puede ser, con características de permanencia, nuestro sector exterior. Las cifras de éste nos indican que, un intercambio acrecido de mercancías aunque con déficit, es compatible con una elevación de las reservas de divisas merced a la posición favorable que arroja la balanza de servicios, sobre todo en lo que respecta a la rúbrica del turismo.

Sin datos todavía completos y ateniéndonos a las cifras—que juzgamos muy certeras—insertadas en el excelente Estudio Económico que en las primeras fechas del año 1962 ha publicado el Banco Central, la balanza de pagos española presenta para el año 1961 las cifras siguientes:

	Balanza de pagos en millones de dólares
Exportaciones	700
Importaciones	1.000
Saldo de la balanza comercial	— 300
Entradas por turismo	500
Salidas por turismo	— 80
Saldo otros servicios	— 20
Donaciones	100
Capitales a largo plazo	120
Capitales a corto plazo	— 50
Saldo favorable del año en oro y divisas ...	270

Las cifras anteriores nos muestran que puede darse un déficit comercial amplio (de 18.000 millones de pesetas) y no obstante, mejorar la posición de divisas

en unos 16.200 millones de pesetas, merced, sobre todo, a la favorabilísima balanza turística que arroja, como vemos, un superavit de 420 millones de dólares, esto es, de 25.200 millones de pesetas.

El turismo, verdadera exportación puesto que en esencia consiste en vender bienes y sobre todo servicios pagados en moneda extranjera, ha experimentado un crecimiento espectacular una vez establecido el cambio realista de la peseta en el exterior. Conviene señalar que en el fortalecimiento del turismo español ha actuado una fuerza permanente, que es nuestro sol y nuestro clima y dos fuerzas actuantes: el bienestar de Europa y la paz española de Franco.

Pero la actividad turística presenta dos facetas igualmente importantes: Por un lado nos muestra la extraordinaria elevación de los ingresos y por otra nos señala una también fuerte elevación de los gastos, los cuales ascienden en 1961 a unos 80 millones de dólares (4.800 millones de pesetas). Esto último significa que al mejorar nuestras condiciones económicas, es cada vez mayor el número de españoles que, siguiendo una tendencia mundial, transpasan las fronteras del propio país para disfrutar sus vacaciones en el extranjero.

Si contemplamos el aspecto turístico sólo desde el lado de los ingresos, vemos que en 1959 se duplicaron respecto a los del año anterior, quedando en 158,8 millones de dólares. En 1960 casi se duplican de nuevo para llegar a 296 millones y en 1960 se llegará a una cifra alrededor de los 500 millones. El aumento de los ingresos por turismo se debe especialmente al enorme crecimiento de la cifra de personas que visitan España. Resulta evidente que la estabilización ha tenido una gran influencia en el aumento de la cifra de extranjeros llegados a nuestro país. Con anterioridad a la estabilización, los turistas se veían ante la disyuntiva de pagar por las pesetas sumas mayores de las que, cotizaban en los «mercados negros», o

bien contravenir las disposiciones que sobre divisas regían en España. Al eliminarse este problema, la afluencia turística adquirió los enormes vuelos que se reflejan en el siguiente cuadro;

NUMERO DE EXTRANJEROS ENTRADOS EN ESPAÑA

	Número
1951	1.263.197
1952	1.485.248
1953	1.710.273
1954	1.952.266
1955	1.522.402
1956	2.728.000
1957	3.187.015
1958	3.593.867
1959	4.194.686
1960	6.113.255
1961 (estimado)	8.100.000

Por las cifras que anteceden se advierte que, aunque en contínuo crecimiento, el verdadero «despegue» se inicia en 1959, marcando un alza jamás conocida en nuestra historia y que ha sido, como ya hemos señalado, la causa fundamental del superavit de la balanza de pagos, pese al déficit que se originará en la balanza comercial.

Insistiendo sobre los resultados del comercio exterior conviene indicar que en 1961 se dieron dos fenómenos a nuestro juicio desfavorables para el resultado y que no es creible que perduren. Uno consistió en un crecimiento desusado de las importaciones, en parte debido a las malas cosechas cerealistas (que obligaron a fuertes compras en el exterior) y en parte también a la necesidad de reposición de «stocks» de materias primas. El segundo de dichos fenómenos residió en la insuficiente adaptación de nuestra industria para competir en el exterior, la cual no ha de ser lograda sino a través de un esfuerzo sostenido y que ha de durar años.

De todos modos, el 1961 ha tenido una enorme sig-

nificación en lo referido al comercio exterior y balanza de pagos porque ha venido a poner al descubierto hechos de gran transcendencia y que es preciso tener en cuenta para encauzar la actividad del sector exterior.

En primer término, se ha venido a demostrar que la industria española, puesta ante la tesitura de hacer frente a la competencia tanto en el interior como en el exterior, no se encontraba en las calamitosas circunstancias que algunos agoreros pregonaban, no sabemos si con oblicuas intenciones para mantener circunstancias de excepción que les favorecian o bien por creer de buena fe que nuestra posibilidad competitiva era absolutamente nula. La realidad ha sido que en conjunto, todas nuestras manufacturas han mantenido sus niveles de venta en el exterior y si algún sector, como en el siderúrgico, se ha acusado baja, ello ha obedecido a que la mejor disposición del mercado interior ha producido una mayor demanda, siendo por ello menores los excedentes que se han podido colocar en el mercado exterior.

El segundo hecho que debemos considerar es que las importaciones españolas del año 1961 no han sido ni mucho menos normales. Aparte de la ya citada incidencia de malas cosechas cerealistas que obligaron a fuertes adquisiciones de trigo, es evidente que existía una contención de compras que no se podía continuar y que, por otro lado, se hacia más fuerte a medida que se acentuaba el proceso de reactivación económica.

Por consiguiente, si por un lado cabe esperar que el propio mejoramiento exportador según la línea que ya hemos señalado tienda a cubrir el déficit comercial, por otra parte puede pensarse en que las importaciones no crezcan si no es como consecuencia de una fuerte elevación de las adquisiciones de bienes de equipo, la cual debe ser mirada como muy favorable para nuestro desarrollo económico, ya que tales

bienes han de ser en buena parte los que nos permitan agudizar nuestras posiciones de competencia.

Y en última instancia, como ya hemos visto por los datos expuestos, la favorabilidad de la balanza turística ha de permitir soportar el déficit de la balanza comercial sin que por ello se resientan nuestras posibilidades de divisas ni la fortaleza de nuestra moneda en el sector exterior.

Aunque es muy posible que en esta colección de «Nuevo Horinzote» se examine el problema del turismo con toda la amplitud que merece, nosotros por ahora insistimos en la importancia que tiene en relación con el equilibrio del sector exterior, y con el papel que desempeña como complemento del comercio de mercancías, ya que permite borrar un déficit comercial que acaso convenga mantener durante años para la adecuada renovación del equipo productivo y subsiguiente mejora de los procesos de producción.

CONCLUSIONES

— El comercio exterior fué siempre uno de los más graves estrangulamientos que experimentó la economía española. Las medidas estabilizadoras produjeron sobre el mismo un fuerte impacto, logrando lo que muy pocas veces se ha conseguido en nuestra historia; el equilibrio de la balanza comercial. Pero esas medidas no podían tener otro alcance que el de servir de pórtico a una modificación del intercambio exterior tanto en sus aspectos estructuales como funcionales.

— La modificación de los términos en que hoy y desde hace más de medio siglo se mueve nuestro intercambio con el extranjero, es un problema planteado, pero no resuelto. Mas ya el simple hecho de estar planteado según normas de una política de altos vuelos, nos indica que España se encuentra dispuesta a superarle.

— Las características de nuestro intercambio vienen dadas, en la exportación, por una excesiva concentración de las ventas en pocos artículos, la mayoría de ellos referidos a alimentos de origen agrario y en la importación, por un predominio de las manufac-

turas, entre las que destacan por su importancia los bienes de equipo o producción.

— Por lo que se refiere a nuestras ventas en el exterior, la modificación que se busca no consiste, como erróneamente se suele indicar incluso por personas que debieran estar enteradas de estos problemas, en permutar los productos agrícolas por los industriales, sino en incluir unos y otros en la gama de los artículos exportables para alcanzar, junto a un mayor volumen global de ventas, una diversificación beneficiosa de las mismas.

— El examen histórico del comercio exterior de España en una perspectiva bastante amplia, nos hace ver que el volumen del mismo fué siempre muy reducido y también muy reducidas y concretas las partidas que lo integraban. Nuestra patria, que fué cerrando su economía a lo largo de un proceso muy prolongado, había alcanzado «la autosuficiencia en la pbreza», siendo esta una de las causas que dificultaron siempre su expansión.

— Desde principios del siglo actual, las cifras del intercambio con el extranjero se mantuvieron prácticamente inalterables. Más como, sobre todo, a partir de 1940, la renta nacionl se mantuvo en constante crecimiento, dicha transacción representó cada vez menos en el conjunto del quehacer económico. Al mismo tiempo, el ritmo de expansión, al acelerarse, dió origen a un crecimiento de las importaciones que al no encontrar la correspondiente contrapartida, desembocó en una aguda escasez de medios de pago contra el exterior.

— El actual dispositivo comercial de España, fundado en el mantenimiento de los precios interiores, conseguido merced al proceso de estabilización, se

caracteriza por la eliminación de las trabas tanto cualitativas como cuantitativas que le atenazaban. El Arancel de Aduanas es, y lo será cada vez en mayor escala, el cauce que regule nuestro intercambio y que permita la permeabilidad económica que el proceso de desarrollo exige.

— El Arancel, previsto para una sistemática reducción de tarifas según normas de reciprocidad hoy vigentes en todo el mundo, ha de ser el elemento dinámico que vivifique el proceso productivo de la nación, de modo que el comercio exterior venga a ser un elemento positivo en el desarrollo económico en lugar de permanecer como factor de obstáculo.

— De todos modos, el Arancel de Aduanas cumple con el cometido de otorgar la debida protección a las actividades nacionales, permitiendo que se preparen para una competencia internacional cada vez más libre de trabas aduaneras.

— Hasta hoy, la política económica seguida por nuestro régimen ha dado excelentes frutos en el sector exterior. Pero estos frutos no han supuesto sino las primicias de un orden nuevo, de una ordenación que ahora se acomete y que tiene como última meta incorporar el sector exterior a la dinámica de nuestro desarrollo.

— Para conseguirlo, España necesita proceder a una modificación de su comercio exterior tanto en los aspectos estructurales como en los funcionales. Por lo general, los primeros son los más visibles y los que en mayor grado llaman la atención de los observadores superficiales de estos problemas. Sin embargo, son los aspectos estructurales los que al perfeccionarse, modificarán de modo permanente y favorable las características generales del comercio exterior.

— España tiene que alcanzar una estructura más exportadora y para conseguirlo ha de modificar su sistema productivo, situándole en línea de competencia internacional. Vemos, pues, que en última instancia, el problema del comercio exterior se identifica con el del desarrollo económico.

— Según dicho postulado, se hace necesario orientar la actividad inversora y por consiguiente la actividad productiva, hacia aquellos sectores que ya son, o bien pueden ser exportadores. Ese es el significado de la frase «invertir para exportar» que, lanzada como consigna por nuestras autoridades económicas, constituye en realidad la base en la que apoyar la modificación estructural de comercio exterior.

— Pero entre esas modificaciones estructurales que constituyen el cimiento de las nuevas y deseadas condiciones de intercambio, se encuentran también la creación de una mentalidad exportadora eficiente y la apertura y ensanchamiento de los canales de comercialización. La mentalidad exportadora es la que ha de llevarnos a trazar las líneas generales de nuestro sistema productivo según esquemas competitivos que nos permitan insertarnos con fuerza en la tendencia mundial de integración.

— Por otro lado, la ausencia a todo lo largo de nuestra historia moderna de un intenso comercio internacional, ha originado que carezcamos de órganos adecuados para llevarle a cabo, aun dada la posición competitiva de la producción. La creación de los mismos aparece, pues, como absolutamente necesaria, siendo esta labor cometido de la iniciativa privada, aunque es claro que debe encontrar el apoyo del Estado.

— Pero además de la modificación estructural se-

ñalada, el comercio exterior de España necesita de una transformación funcional que no sólo incremente su agilidad, sino que le fortalezca en forma precisa para situarle en todos los órdenes, y no sólo en el de la producción, en la línea de competencia que hoy mantiene el mundo en el comercio internacional.

— Uno de los aspectos fundamentales de la modificación funcional consiste en asentar sobre bases institucionalizadas la necesaria ayuda financiera a la exportación, teniendo en cuenta que la lucha comercial no se lleva a cabo sólo en los frentes de la calidad y el precio, sino también en el de las facilidades de pago. Para conceder a sus clientes estas facilidades, otorgadas por todos los países, es necesario que el sector exportador cuente con créditos suficientes, los cuales, en algunos casos, no sólo se refieren a la función comercial, sino que abarcan incluso las funciones del producir, cuando estas actividades se orientan hacia el mercado exterior.

— En segundo lugar, la función exportadora necesita ser facilitada merced a estímulos referidos a desgravaciones fiscales de los productos objeto de intercambio. Es en este aspecto donde la ayuda oficial a la exportación puede ejercer más saludable efecto.

— Por último, la modificación funcional ha de completarse con la creación de órganos de información y propaganda. Los primeros son los encargados de orientar a la actividad exportadora respecto a las características de los mercados mundiales. Los segundos tienen como misión dar a conocer en los mercados mundiales las posibilidades españolas en lo referido al comercio exterior.

— De la conjunción de modificaciones estructurales y funcionales tiene que surgir la posibilidad del

acrecentamiento de nuestras transacciones internacionales de modo que las mismas no sólo supongan obstáculo a la vía expansiva hoy seguida por nuestra patria, sino que se conviertan en efectivo agente positivo del desarrollo económico.

— La elevación de las exportaciones supone no sólo el mejor aprovechamiento de nuestros recursos, sino también la posibilidad de unas mayores adquisiciones en el exterior, destinadas no sólo a una mejor satisfacción de nuestras necesidades en bienes de uso y consumo, sino también a un prfeccionamiento del equipo productivo en beneficio del desarrollo económico.

— Sin embargo y por fortuna, no se exige que necesariamente las ventas en el exterior alcancen, a lo menos en los próximos años, un nivel similar al de las importaciones. El déficit comercial puede muy bien ser saldado por el turismo, el cual ha crecido en los últimos años con gran fuerza, sin que por ahora se vean agotadas las posibilidades de una mayor elevación.

— Por consiguiente, asegurado el equilibrio de la balanza de pagos, la meta de la política económica ha de consistir en llegar a cifras cada vez más amplias de liberalizaciones comerciales, las cuales tienen que acabar por situarnos, tras un perído tanto más corto cuanto mayor sea el esfuerzo de desarrollo, en los niveles internacionales no solo de producción competitiva, sino de tenor de vida y de condiciones de existencia.

DOCUMENTACION

Para la redacción de los trabajos insertos en este volumen se ha manejado la siguiente documentación:

— Ponencia, «Comercio exterior», del I Congreso Sindical.

— «Teoría y política del comercio internacional», por George de Leener.

— «Evolución, presente y futuro del comercio exterior de España», por Manuel Fuentes Irurozqui.

— La renta nacional de España» (varios años). Publicación del Consejo de Economía Nacional.

— «La economía española en los próximos veinte años», por Jesús Prados Arrarte.

— «Hechos y cifras de la economía espñola», publicación del Banco Exterior de España.

— Sector exterior: Evolución reciente», de Información Comercial Española.

INDICE

EL INTERCAMBIO EXTERIOR EN FUNCION DEL DESARROLLO ECONOMICO

El sector exterior constituyó durante muchos años un estrangulamiento grave de nuestra economía, con muy desfavorable incidencia sobre las posibilidades de desarrollo. Las medidas estabilizadoras tuvieron la virtualidad de situarnos en condiciones de eliminar este daño, si bien ellas, por sí solas, no podían sino ejercer una acción transitoria y a corto plazo, que, no obstante, han originado un cambio substancial de situación.

Ahora se hace preciso proceder a reformas tanto estructurales como funcionales de nuestra política de exportación, con el fin de que el acrecentamiento de ventas en el extranjero permita un alargamiento de las necesarias importaciones, referidas especialmente a los bienes de equipo que en mayor grado pueden mejorar los procesos productivos y situarlos en posiciones de competencia, tanto para el mercado interior como para el exterior.

En este trabajo se examinan las orientaciones que pueden seguirse para mejorar de modo permanente nuestra posición exportadora, según tendencias de largo alcance insertas en el quehacer económico nacional. Al mismo tiempo se examinan las posibilidades de mantener una acrecida importación, basada en la mayor venta de mercancías en el exterior, pero apoyada en los ingresos turísticos, muy acrecentados en los últimos años, merced también a las medidas estabilizadoras.

25 ptas.